فــن التحـرير الصـحفى

الأستاذة الدكتورة
ليلى عبد المجيد
كلية الإعلام - جامعة القاهرة

الأستاذ الدكتور
محمود علم الدين
كلية الإعلام - جامعة القاهرة

(٢٤٠) فــن التحـرير الصـحفى (٣)

المحــتويــات

الموضوع **الصفحة**

الجزء الثالث

تحـرير المجـلة

مقدمة

يأتى هذا الكتاب **"فن التحرير الصحفى"** كمحاولة علمية متواضعة لتغطية ومعالجة كافة أبعاد وجوانب فن التحرير الصحفى: كعملية كتابة إبداعية وكجزء من الفن الصحفى، وكخطوة من خطوات إصدار الصحيفة، فضلا عن كونه عملية اتصال بالجماهير لها أطرافها المتعددة التى تتضمن: القائم بالاتصال (المحرر فى إطار الجهاز التحريرى)، والجمهور، والوسيلة، والهدف، وبعض المتغيرات المؤثرة على الأداء الاتصالى للمحرر الصحفى مثل: السياسة التحريرية، والمعلومات وغيرها.

ويسعى الكاتب إلى تحقيق المعادلة الصعبة بين أكثر من جانب:

بين **التأصيل والتطبيق**: من خلال عرض وشرح الجوانب النظرية والأبعاد العملية لفن التحرير الصحفى.

بين **تغطية كافة الوسائل المطبوعة التى توظف فن التحرير الصحفى**: من خلال الحديث عن فن التحرير فى الصحافة من جرائد ومجلات.

بين **الحاضر والمستقبل**: بين الممارسات الحالية والمستقرة التى تطبق فى قاعات التحرير بالمؤسسات الصحفية فى دول العالم المختلفة، وبين التيارات

ويقع كتاب: "فن التحرير الصحفى" فى ثلاثة أجزاء:

الجزء الأول: عن أسس التحرير الصحفى وأساليبه ومتطلباته ومرتكزاته.

الجزء الثانى: تحرير الجريدة.

الجزء الثالث: تحرير المجلات؛ وذلك من خلال رصد جوانب عملية تحرير المجلة المختلفة من قائم بالاتصال وجهاز تحرير، ومحتوى (رسالة صحفية) جمهور وأشكال صحفية.

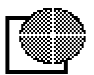
ويعالج الكتاب المعارف النظرية فى مجال التحرير الصحفى، ويمزجها بالتجربة العملية، إلى جانب المهارات المهنية التى يمكن أن يستفيد بها الدارس، حتى يحصل على الجوانب المختلفة للمعرفة فى هذا المجال.

وفى النهاية نؤكد أن الكتاب محاولة لتقديم رؤية لفن التحرير الصحفى وأدواته فى عصر يتسم بالتطورات السريعة والمتلاحقة التى تترك آثارها على عملية إصدار الصحف بعامة وتحرير الصحف باعتباره مكونا مهما وحيويا ، ومتطلبا أساسيا لإتمام عملية الإصدار ولنجاحها فى أداء مهمتها.

المؤلفان

الجزء الأول

المفاهيم الأساسية والأدوات



الوحدة الأولى
مفهوم التحرير الصحفى وأدواته

الأهداف:

بعد دراسة هذه الوحدة، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن:

١- يحدد مفهوم التحرير الصحفى تحديداً دقيقاً لغوياً وأسلوبياً.

٢- يشرح مفهوم التحرير الصحفى كعملية اتصال وخطوة من خطوات إصدار الصحيفة.

٣- يميز بين أنواع النثر وحدود التعبير.

٤- يشرح خطوات عملية التحرير الصحفى.

٥- يمارس التحرير معتمداً على المعايير الخاصة بالكتابة الصحفية.

٦- يقيم تطبيق خطوات التحرير الصحفى عملياً على نماذج كتابية صحفية.

العناصر:

١- مفهوم التحرير الصحفى بسماته المتعددة.

٢- وظيفة الصحيفة.

٣- سمات اللغة الصحفية.

٤- مكونات أسلوب التحرير الصحفى.

٥- المستويات الكتابية.

٦- خطوات إصدار صحيفة.

٧- خطوات التحرير الصحفى.

٨- ملخص.

٩- أسئلة.

١٠- أنشطة.

١١- مراجع.

الوحدة الأولى
مفهوم التحرير الصحفى وأدواته

المفهوم:

التحرير الصحفى هو عملية اتصال جماهيرية Mass Communication Process متكاملة الأطراف ومستمرة، يقوم فيها القائم بالاتصال Communicator أو المرسل Sender وهو هنا المحرر الصحفى، بجمع المعلومات الصحفية ومعالجتها وصياغتها كرسالة Message أو مضمون أو محتوى Content صحفى معين، سياسى أو اقتصادى أو رياضى أو نص صحفى Copy فى شكل أو قالب صحفى مناسب قد يكون حديثاً أو خبراً أو مقالا ، ثم يرسل أو يبث Transmit هذه الرسالة أو المضمون الصحفى من خلال وسيلة اتصال جماهيرية Mass medium هى الصحيفة جريدة كانت أو مجلة إلى المستقبل Receiver أو الجمهور Audience القارئ للصحيفة لتحقيق الأهداف التى تسعى الصحيفة إلى تحقيقها كوسيلة اتصال جماهيرية والمرتبطة بسياستها التحريرية كالإعلام أو التفسير أو التركيز على محور اجتماعى أو اقتصادى أو سياسى معين بغية المساهمة فى تشكيل الرأى العام فى أسلوب واتجاه معين ومن خلال ردود الفعل أو رجع الصدى Feedback الذى يحصل عليه المحرر الصحفى من وسائل التقويم الصحفية العديدة التى تستعين بها الصحيفة بدءاً من رسائل القراء التقليدية واتصالاتها الهاتفية. حتى بحوث الجمهور واستطلاعات الرأى العام، يتم تقويم الرسالة الاتصالية ومعرفة ردود فعلها، وعلى ضوء ذلك يعدل المحرر من رسالته وأسلوبه أو يستمر فى أسلوبه الحالى.

والتحرير الصحفى - بمفهومه الصحفى كخطوة من خطوات إصدار الصحيفة - جريدة أو مجلة - هو العملية اليومية أو الأسبوعية - حسب دورية الإصدار والتى يقوم فيها المحرر الصحفى بالصياغة الفنية والكتابة الصحفية أو

Writing

والتحريــر Editing، وكلمــة تحريــر Editing معنــاها إعــداد كــتابات الآخــرين للنــشر، ومــنها جــاءت كلمــة Editor أى محــرر أو رئــيس تحريــر، والمحــرر الـصحفى الـناجح هو الـذى يـنجح فـى الكـتابة بلغـة صـحفية مناسبة وجيدة، ممـا يجعل هذا الـنص الـصحفى خبـراً كـان أو موضـوعاً لا يحتـاج إلى عملية تحرير جديـدة تتـضمن المـراجعة وإعـادة صـياغة مـرة بالحـذف أو الإضـافة أو تغييـر الأسلوب أو البناء الفنى للنص.

ويهـدف التحريـر الـصحفى كعملـية صـحفية فنـية، وكخطـوة مـن خطـوات إصدار الصحيفة إلى تحقيق عدة أشياء؛ من أهمها:

١- جعـل الـنص الـصحفى (الخبـر أو الموضـوع) يتناسـب مـع سياسـة الصحيفة.

٢- تحـرى الأخطــاء التــى قـد تـرد فـى الحقائـق والمعلـومات (الأرقـام - الأسماء - العواصم - الهجاء مثلا) وتصحيحها.

٣- جعل النص الصحفى يتناسب مع المساحة المحددة له.

٤- تبسيط وتوضيح وتصحيح لغة النص الصحفى.

٥- توضيح معانى النص الصحفى وإحياؤها.

٦- مراجعة النص الصحفى من أجل التأكد من الموضوعية المنطقية.

٧- تعديل لهجة النص الصحفى عند الضرورة.

٨- جعل النص الصحفى يروق لقارئ الصحيفة.

٩- خلق نوع من الانسجام (الهارمونية) والتناغم الأسلوبى بين النصوص (المواد أو الأخبار والموضوعات) الصحفية المختلفة التى تنشرها الصحيفة.

١٠- تسهيل عملية الإخراج الصحفى.

ولتحقيق الأهداف السابقة يحتاج المحرر الصحفى إلى القيام ببعض العمليات التحريرية مثل:

١- التأكد من دقة بيانات النص الصحفى (بالتشاور مع محرر أو إخصائى أو خبير قسم المعلومات بالمؤسسة الصحفية أو بنك المعلومات خارج الصحيفة).

٢- اختصار الكلمات أو الجمل أو الفقرات غير الضرورية.

٣- إعادة صياغة النص الصحفى كاملاً بهدف صقله لغوياً.

٤- إعادة صياغة النص الصحفى بهدف خلق نوع من الاتساق الأسلوبى.

٥- حذف بعض الكلمات أو الجمل أو الألفاظ التى تتسم بالصعوبة وضعف المقروئية.

٦- حذف بعض الكلمات أو الجمل أو الفقرات التى قد تشكل جريمة تعاقب عليها قوانين النشر، أو تتعارض مع الذوق العام.

٧- اختصار النص الصحفى ليتناسب مع المساحة المحددة.

٨- استكمال النص الصحفى ببعض المعلومات والبيانات التى تكمله من ناحية المضمون وتجعله يغطى كل جوانب الفكرة (خاصة فى الأخبار والتحقيقات الصحفية).

٩- اعادة صياغة العناوين الخاصة بالنص الصحفى، الرئيسية منها، والثانوية، وكذلك الفرعية وهى عنصر مهم جداً لإراحة القارئ بصرياً وفكرياً، ويجب إضافتها ان لم تكن موجودة فى النص الأصلى.

١٠- دمج نص مع نص آخر (خاصة بالنسبة للأخبار)، أو عمل إشارة لنص فى نهاية نص صحفى آخر.

وبالنظر إلى التحرير الصحفى - من هذه الزاوية الصحفية الفنية - يمكن القول - وفقاً لرؤية الدكتور محمود أدهم: إن التحرير الصحفى هو: "طريقة الكتابة الفنية التى تتيح للمحرر الصحفى - استناداً إلى فكر متميز، ومن خلال قيامه بمسئوليات وظيفية- تسجيل الأحداث المهمة الحالية والمتجددة، ونقل الوقائع والتفضيلات والصور والمشاهد المرتبطة بها والتعريف بما أسفر عنه البحث وراء عللها وأسبابها الظاهرة والخفية وتقديم المعلومات والبيانات المفيدة وتبنى الظواهر والأنشطة والمشكلات المختلفة والمؤثرة وعرض وتفسير ومناقشة الأقوال والتصريحات والأفكار والآراء والاتجاهات والمواقف والقضايا والحلول ذات الجدارة والنفع وتناول ما يستحق من تطوراتها ونتائجها المتاحة والمتتابعة، انطلاقاً من صالح الفرد والمجتمع والإنسانية ووسيلة النشر والتعبير عن ذلك كله تعبيراً دقيقاً وموضوعياً فى أغلب الأحوال فى عبارات قصيرة ومتماسكة، وبواسطة لغة صحيحة سهلة وواضحة وجذابة، فى شكل عمل فنى صحفى، يمثل رسالة إعلامية موجهة إلى القراء، تكون صالحة للطبع والنشر والتوزيع، فى الوقت المناسب على صفحة أو صفحات جريدة أو مجلة".

والتحرير الصحفى - بمفهومه اللغوى والأسلوبى - وكعملية فنية كتابية، هو أحد فنون الكتابة النثرية الواقعية factual ,fiction، وهو عملية تحويل الوقائع والأحداث والآراء والأفكار والخبرات من إطار التصور الذهنى والفكرة إلى لغة مكتوبة مفهومة للقارئ العادى.

والتحرير الصحفى - أو فن الكتابة الصحفية - كفن كتابى يختلف عن فن الكتابة العلمية، حيث تعتمد الأخيرة على المصطلحات العلمية أو الفنية المحددة الدقيقة التى قد لا يفهمها إلا أصحاب التخصص الدقيق، كما تختلف عن الكتابة الأدبية التى تعتمد على الخيال والبلاغة اللفظية والاستطراد وتخاطب مشاعر المستقبل وتتوجه إلى قارئ يبحث عن متعة جمالية وفكرية.

بينما التحرير الصحفى كفن كتابى يعتمد على الأسلوب العلمى المتأدب أو اللغة الوسطى التى يسميها البعض باللغة الصحفية أو اللغة الإعلامية ذات الأسلوب الصحفى أو الإعلامى. الذى يفهمه قارئ الصحيفة العادى، وذات الأشكال أو القوالب الفنية المتميزة التى يتم من خلالها نقل المضمون الصحفى.

والتحرير الصحفى كفن كتابى هو نوع من النثر، ولكن أين موقعه من أنواع النثر المختلفة؟ وما هى سماته؟

لقد عرف النقاد العرب النثر بأنه الكلام المرسل من قيود الوزن والقافية وهو تعريف مبسط ومباشر، وقسموا هذا النثر إلى ثلاثة أنواع هى:

١- النثر العادى:

وهو الذى يستخدمه عامة الناس فى لغة تخاطبهم العادية دون أن يحفلوا به، أو يقصدوا فيه إلى شىء من الروية أو التفكير أو الزخرف، إنما يرسلونها مباشرة لمجرد التعبير عن حاجاتهم المختلفة، وهذا النوع من النثر يتمثل فى لغة التخاطب اليومى.

٢- النثر العلمى:

وهو الذى تصاغ به الحقائق العلمية لمجرد إبرازها والتعبير عنها دون عناية بالناحية الفنية.

٣- النثر الفنى:

وهو الذى يرتفع به أصحابه عن لغة الحديث العادية، ولغة العلم الجافة، إلى لغة فيها فن ومهارة وروية، ويوفرون له ضروباً من التنسيق والتنميق والزخرف، فيختارون ألفاظه، وينسقون جمله، وينمقون معانيه.

فيكون للنثر الفنى بهذا المعنى لون جميل من الفن للتعبير عن خلجات النفس، وومضات العقل، ونظرات الشعور، وهو يستخدم ألواناً من الطاقات الفنية المختلفة من حيث العناية باختيار الألفاظ وتركيب الجمل وما شابه ذلك. وهو يوفر للمستقبل ما توفره الفنون الأخرى كالموسيقى والرسم والشعر من ضروب الإمتاع الفنى.

ويتحقق فى النثر الفنى التفكير من ناحية والجمال من ناحية أخرى.

والتحرير الصحفى - كفن كتابى ينتمى إلى نوع رابع من النثر، أضافه أساتذة الصحافة والأدب إلى أنواع النثر التقليدية (العادى - العلمى - الفنى) هو النثر العلمى، أو الصحفى وقد أضيف هذا النثر وبرز بعد ظهور الصحافة العربية فى القرن التاسع عشر وقالوا: إن هذا النثر يقف فى منتصف الطريق بين النثر الفنى أى لغة الأدب، وبين النثر العادى أو لغة التخاطب اليومى.

فالتحرير الصحفى إذاً كعملية فنية كتابية - يتضمن اختياراً أسلوبياً هو النثر العملى أو الصحفى، الذى يقف فى منتصف الطريق بين النثر الفنى أى لغة الأدب وبين النثر العادى أى لغة التخاطب اليومى وله من النثر العادى ألفته وسهولته وبساطته ومباشرته وشعبيته، وله من النثر الفنى حظه من التفكير وحظه من عذوبة التعبير.

واستنادا إلى ذلك المفهوم للنثر العلمى أو الصحفى، فقد أطلق بعض أساتذة الصحافة على لغة الصحافة وصف الأدب العاجل، ووصفها البعض الآخر بأنها غير خالدة.

التحرير الصحفى- الأسلوب:

الأسلوب Style كما يعرفه بييرجير راو هو مظهر القول الذى ينجم عن اختيار وسائل التعبير، وهذه الوسائل تحددها طبيعة الشخص المتكلم أو الكاتب ومقاصده، وعناصر الأسلوب هنا خمسة وهى:

١- حدود التعبير:

فالتعريفات المختلفة للأسلوب تتنوع بقدر ما نعتد بالتعبير بأوسع معانى الكلمة أو بمجرد تصوره بشكل محدود، مما يجعلها قابلة لأن تشمل:

(أ) فن الكتابة بالمعنى التقليدى: أى الاستخدام الواعى لوسائل التعبير لأهداف أدبية وجمالية.

(ب) الاختيار العفوى اللاشعورى الذى يعبر عن طبيعة الكاتب وتجربته.

(ج) والشمولية: أى أن يتجاوز الصيغ اللغوية ليقدم موقف الانسان الكلى ورؤيته للعالم.

٢- حدود وسائل التعبير:

فإذا كان الأسلوب هو استخدام وسائل التعبير فإن بوسعنا أن نفهم هذه الوسائل على درجات متفاوتة فى السعة والشمول بحيث تتضمن:

(أ) الأبنية النحوية من صوتية وصرفية ومعجمية وتركيبية.

(ب) إجراءات التركيب من صيغ شعرية وأجناس أدبية ووصل، وما سواه.

(ج) الفكر فى شموله من موضوعات ورؤى ومواقف فلسفية من العالم.

(د) قيماً مختلفة تتراكب وتترجم الموقف العفوى للكاتب أو التأثير المقصود الذى يريد أن يحدثه فى المستقبل.

٣- طبيعة التعبير:

(أ) هناك قيم عقلية: يترتب على غالبيتها أن يكون الأسلوب واضحاً أو منطقياً أو مضطرباً.

(ب) وهناك قيم تعبيرية: فقد يكون أسلوباً مندفعاً أو طفولياً.

٤- مصادر التعبير:

فى منظور متوافق ومجاور للمنظور السابق يمكن فى رأى جيرراو تصنيف الأساليب طبقاً للمعايير التالية:

(أ) المصدر الحسى والنفسى للتعبير: فتتحدد الأساليب طبقاً للأمزجة والأجناس والأعمال والحالات النفسية، فتكون هناك أساليب نسائية وأخرى طفولية أو عصبية.

(ب) المصدر الاجتماعى للتعبير: فتكون هناك أساليب كلاسيكية ترتبط بتقاليد المهن أو عادات الأقاليم أو الطبقات الاجتماعية.

(جـ) المصدر الوظيفى: فيكون هناك أسلوب إدارى أو قانونى أو خطابى أو غير ذلك، ويدخل التصنيف الأدبى للأساليب فى هذا المصدر. (ونحن نضع الأسلوب الصحفى فى إطار هذا المصدر).

٥- مظهر التعبير:

وتنبثق عن طبيعة التعبير ومصادره مجموعة من التعريفات والأوصاف التى تعتمد عند جيرراو على ما يلى:

(أ) شكل التعبير: فهناك تعبير موجز، وآخر تصويرى، وثالث استطرادى مثلاً.

(ب) جوهر التعبير: بالنظر إلى الفكر الذى يحتويه فهناك أسلوب رقيق أو حزين أو نشط.

(جـ) الشخص المتكلم أو الكاتب وموقفه: فهناك أسلوب قديم وآخر شعرى وثالث حديث إلى غير ذلك من التصنيفات المختلفة.

التحليل الأسلوبى Stylistic Analysis:

يقوم على دراسة طريقة التعبير من خلال اللغة، وعلى هذا الأساس فإن الأسلوبية Stylistique هى محاولة فى المنهج وليست علماً متكاملاً.

ويقوم هذا التحليل الأسلوبى على أساس دراسة الاختيار، وذلك أن كل جملة جاءت إلى الوجود للتعبير إنما جاءت نتيجة الاختيار لتركيبها واختيار لكلماتها واختيار لتوجهها، والتحليل الأسلوبى يسعى لاستكشاف كافة أسباب الاختيار فى الجملة: لماذا هذه الكلمة أو تلك؟ لماذا هذه البنية التركيبية؟ ولماذا هذا التركيز؟ ولماذا هذا الأسلوب؟

أى إن هدف التحليل الأسلوبى هو تفسير كل اختيار لغوى فى النص سواء ما تعلق منها بالصيغ الأسلوبية أو ما تعلق بالرموز الضمنية، فالأسلوبية تركز على اللغة ذاتها لما تحمله من دلالات، ولعل هذا ما يفرق بين التحليل الأسلوبى والتحليل الدلالى، فالأول يبحث فى الصيغ الأسلوبية للرسالة الصحفية، فى حين أن الثانى يبحث فى معنى الرسالة الصحفية.

والتحليل الأسلوبى يمكن أن يساعد فى دراسة الأساليب المختلفة للكتاب الصحفيين، ذلك أن الموازنة بين العلاقات المختلفة هى جوهر التحليل الأسلوبى.

ولذلك، فإن تحديد أسلوب كاتب معين يتمثل أيضاً فى مقارنته بأساليب غيره من الكتاب المعاصرين، ومعنى هذا أن علم الأسلوب ذو طابع مقارن، فهذه المصطلحات قد تكون صالحة لأن يستخدمها القارئ المتذوق، أما حين يراد بها أن تحتل مكانها فى طاقم من المفاهيم والتصورات فى مجال البحث العلمى فليست صالحة، وعلى سبيل المثال فهل يزيد القارئ معرفة بزيد أو عمرو أو غيرهما من الكتاب أن يقال له: إنه جزل الألفاظ متين السبل، سلس الأفكار، عذب الموسيقى، محلق الخيال، قوى العاطفة، أو أن يقال له عكس ذلك: إن أسلوبه يمتاز بالركاكة والضعف والجفاف وجمود العاطفة، والبديل لهذه المصطلحات

Stylistic Marks تظهر فى النصوص بنسب Ratios وكثافة Density وتوزيعات Distributions مختلفة، وهو ما يبرز أهمية القياس الكمى باعتباره معياراً موضوعياً منطقياً وقادراً على تشخيص السمات السائدة فى نص معين أو عند كاتب معين، أى بعبارة أخرى تحديد الميزات الأسلوبية فى هذا النص أو فى نتاج هذا الكاتب.

ويطلق على هذا النوع من الدراسة مصطلح علم الأسلوب الإحصائى Statistical Stylistics وهو أحد مجالات الدراسات اللغوية الأسلوبية المعاصرة.

الأسلوب الصحفى:

فى ضوء طبيعة الصحيفة - الجريدة مثلاً - كوسيلة اتصال لها سمات معينة كشكل مطبوع يصدر بصفة دورية لفترة لا تزيد على الأسبوع ولا تقل عن يوم، تخاطب جماهير متنوعة الاهتمامات والمشارب والسمات فى السن والجنس، المستوى التعليمى، المهنة، الموقع الجغرافى، المستوى الاجتماعى. وفى ضوء تعريف الأسلوب بصفة عامة ومحدداته ومظاهره وسماته، وكذلك فى ضوء تيار التحليل الأسلوبى (الأسلوبية)، ومن خلال الدراسة الاستطلاعية لبعض البحوث التى أجريت حول أساليب التحرير الصحفى ومحدداته، سواء ما تعلق منها بصحيفة معينة جريدة أو مجلة، أو ما تعلق منها بكاتب معين أو محرر صحفى أو بتطور الأسلوب الصحفى فى فترة معينة أو مرحلة تاريخية،

فالواقع الصحفى يقول: إن هناك أسلوبا صحفيا أو أسلوبا معينا له سماته يتبع فى عملية التحرير الصحفى، وينبع هذا الأسلوب من عدة محددات تتعلق بطبيعة الصحافة كوسيلة اتصال من حيث حجم الصحيفة والمساحة المحدودة، وبجانبها التقنى، وطبيعة دوريتها أو توقيت إصدارها الذى يقتضى السرعة التى تتطلب الإيجاز والاختصار والتركيز وبوظيفتها العامة، وهى التعبير عما يحدث فى الحياة اليومية، والتى يطلق عليها الوظيفة الإخبارية - كوظيفة أساسية - إذ تقوم باخبار كل فئات الرأى العام، ولما كانت سرعة توصيل الخبر إلى كل الطبقات الاجتماعية على مختلف مستوياتها الثقافية هى الهدف الأول لكل صحيفة، إلى جانب ما استجد بسبب ظروف العصر ومنافسة وسائل الاتصال الأخرى وتعقد الأحداث وتشابكها من وظائف أساسية أخرى للجريدة كانت فيما سبق من اختصاص المجلة كالتفسير والتحليل والشرح والاستقصاء- كان على الأسلوب الصحفى أن يتخذ شكلاً سهلاً يقترب من الأسلوب الدارج، وعلى الصحافة أن تقدم الأحداث اليومية ببساطة ووضوح وواقعية مبتعدة بذلك عن الاستعارات والكنايات والتشبيهات والألفاظ الزائدة، وعن كل تعقيد حتى يسهل على الجميع فهم محتواها، على الرغم من تفاوت مستوياتهم الثقافية.

كما أن الوظيفة الثانية - بعد الإخبارية - وهى الوظيفة التفسيرية للأحداث والوقائع والأفكار والتجارب السياسية والاقتصادية والرياضية والقانونية والعلمية والفنية، تلقى تبعات على الأسلوب الصحفى: أهمها الجنوح إلى التوضيح والتبسيط والدقة والتحديد بحيث يفهمها المتخصص ويفهمها القارئ العادى.

فالصحيفة المعاصرة هى حلقة وصل بين منابع الخبر والجمهور، وعليها ترجمة وتوصيل كلام السياسى بما فيه من تعقيد ودعاية لنفسه ولحزبه، وكلام رجل الاقتصاد بما فيه من اصطلاحات خاصة لا يفهمها العامة، وأخبار الرياضة والقضاء بما فيها من تعبيرات معينة إلى الرأى العام بلغة سهلة، يفهمها العامة، حتى يمكن لها أن تقوم بواجبها فى التأثير على الرأى العام وتكوينه.

وتتلخص صعوبة هذه الوظيفة - وهى التبسيط والتجسيد والشرح والعرض المفهوم للأحداث - فى معضلة أسلوبية تتصل بطبيعة المضمون الصحفى المتنوع، وهى وجود لغة خاصة لكل باب من أبواب الصحيفة من علوم ورياضة بدنية وموضة وبورصة وفنون وموسيقى وقضاء وإدارة، وهلم جرا. وعلى الصحفى أن يخلق من هذه اللغات لغة واحدة سهلة يفهمها جمهور القراء، ويلعب الصحفى هنا دور الوسيط بين هذه المجموعات وبين الجمهور، وعليه ألا يخاطب مجموعة معينة من الجمهور ولكن كل من له اهتمام بموضوع ما. وللصحافة إضافة لما سبق لغتان يشترط فيهما الوضوح والبساطة. لغة موضوعية لتحرير الأخبار والتحقيقات والأحاديث، وأخرى خاصة (أو ذاتية) لكتابة المقالات بأنواعها المختلفة وبعض الأشكال الصحفية الأخرى السابقة.

ولعل نظرة إلى تاريخ الصحافة بصفة عامة- والصحافة المصرية بوجه خاص - تؤكد لنا أنه كانت هناك لغة خاصة بالصحافة، وأن هذه اللغة الصحفية قد تميزت **بالسمات التالية**:

أولاً- أن هذه اللغة قد عكست الواقع الاجتماعى الحضارى واللغوى الذى يعيشه المجتمع، فلغة صحيفة "الوقائع المصرية" مثلاً يظن من يقرأها أن القائمين عليها من الأعاجم، وليسوا عربا ، ولغة الصحافة فى الثورة العرابية خطابية تعتمد على إثارة الشعور، وإلهاب العواطف، وهى لغة تستخدم الألفاظ الطنانة الرنانة وتمثل واقع الثورة العرابية وظروفها.

ثانياً- أنها - أى لغة الصحافة - كانت مرآة بينت تطور أساليب الكتابة العربية وعكست صورة صادقة لحركة التطور الاجتماعى والأدبى واللغوى، فصحف القرن التاسع عشر فى مصر تبين لنا كيف تطور الأسلوب من المحسنات اللفظية والألفاظ الغريبة وركاكة الأسلوب إلى الوضوح والبساطة والأدلة المنطقية.

كما برزت فى النصف الأول من القرن العشرين مجموعة من المجلات الأدبية والثقافية أثرت لغة الصحافة وأثرت لغة الأدب، وكان لها أثر عظيم فى النهضة الأدبية واللغوية فى الوطن العربى.

وبرزت فى النصف الثانى من القرن العشرين لغة الخبر والجملة القصيرة فى الصحافة، والتى تجسدت وتأصلت على يد صحيفة أخبار اليوم الأسبوعية التى صدرت فى ١١ نوفمبر ١٩٤٤.

ويمكن حصر مكونات الأسلوب الإعلامى البليغ بعامة وأسلوب التحرير الصحفى بخاصة **فى المكونات الأربعة التالية:**

المكون الأول: يتصل بالصحة النحوية والصرفية:

وهى تحديد أبنية الكلمات من حيث ما طرأ عليها من تغيير أو تبديل من طرف، وضبط العلاقات التى تربط بينها من خلال حركات الإعراب وعلامات البناء فى طرف ثان، وأصول النطق أو الهجاء السليم لأنه يحدد المعنى ويجلوه من طرف آخر.

المكون الثانى- ويتصل بالصحة المنطقية:

وهى ضرورة وجود خواص ترتبط بالبناء الفكرى للنص الصحفى بعامة والجملة بصفة خاصة بحيث تأتى النتائج والأحكام، متفقة مع المقدمات، وأن تنتظم الفكرة الواحدة فى عقد منظوم مع الفكرات المرتبطة بها أو المكملة لها خلال السياق أو المضمون الواحد.

وتتضمن الصحة المنطقية أن ينتظم الكلامَ إيقاعٌ فكرىٌ داخلىٌّ ، لا تتناقض فيه المعانى مع بعضها البعض ولا تتعارض مع ما ينشد الكاتب من دعوة إلى رأى أو قيمة من القيم الإنسانية من ناحية ولا تتناقض مع الحقيقة من ناحية أخرى، سواء كان ذلك فى ميدان العلم أو التاريخ أو الحياة أو الطبيعة.

المكون الثالث- يتصل بالصحة الأسلوبية العامة أو البلاغية:

ويعنى بها أن ينحت الأسلوب وفقاً لمتطلبات الأساليب العربية الفصيحة ويحقق شروط البلاغة، ولا تناقض هنا بين هذا المطلب أو هذا المكون وطابع البساطة واليسر والوضوح فى لغة الإعلام.

المكون الرابع- يتصل بالصحة الأسلوبية الخاصة أو الصحفية:

وهى تتصل بطبيعة الصحيفة كوسيلة اتصال جماهيرية تعتمد على الكلمة المطبوعة، ولها وظائفها، وأهدافها، وسياساتها، وجمهورها، ومضمون ذو طبيعة خاصة، ونعنى بها محاولة لغة الصحافة إلى جانب المحافظة على المكونات الثلاثة السابقة، أن تحافظ على خصائص أخرى فى الأسلوب من أهمها: البساطة والإيجاز والتأكيد والأصالة والاختصار والصحة.

ويمكن ترجمة الصحة الأسلوبية الخاصة للصحيفة فى الجوانب الأسلوبية، أو المعايير التالية التى ينبغى أن يراعيها المحرر الصحفى عند كتابة مادته الصحفية فى نصوصها المختلفة الإخبارية وغير الإخبارية، وهى:

١- الاستغناء عن الكلمات الزائدة كأدوات التعريف التى لا لزوم لها، وظروف المكان والزمان وأحرف الإضافة وحروف الربط التى لا ضرورة لها، كما يجب الاستغناء عن الجمل الطويلة وكل تكرار.

٢- استخدام الألفاظ البسيطة الصحيحة الواضحة، وهنا يجب الإشارة إلى ضرورة تفضيل الكلمات القصيرة المألوفة، كما يجب عدم استخدام صفة أو صيغة أفعل فى التفضيل لأنها تقلل من دقة الخبر، فـ "مباراة مثيرة" أكثر دقة من "أكثر المباريات إثارة"، كما ينبغى استخدام الفعل

٣- على المحرر أن يحترم قدسية الخبر ويسوق أخباره خالية من كل رأى، وذلك بالتزامه الموضوعية عند التحرير واستخدامه للعبارات والألفاظ بدقة.

٤- ألا يزيد عدد كلمات الفقرة الواحدة على ٧٥ كلمة، وألا تزيد الفقرة على أربع جمل، وقد ينقص عدد الجمل إلى جملة واحدة فى الفقرة، والجمل الطويلة تسوق القارئ إلى الملل، الأمر الذى يجعله يترك الخبر مكتفياً بالعناوين، ويشتمل السطر على ٣٠ - ٣٥ حرفاً ؛ وتقسيم الموضوع إلى فقرات ينبغى ألا يطغى على وحدة الخبر ولا على ما فيه من تجانس وتأكيد، وأن تفضيل الجمل البسيطة القصيرة لا يعنى تهلهل الأسلوب وتداعيه.

٥- أن يتضمن الخبر بياناً سافراً أو مضمراً للمصدر الذى استقى منه؛ فعلى المحرر أن يذكر مصدر المعلومات صراحة أو أن يدع المصدر مضمراً فى الخبر، أو يتعمد إخفاء مصدر الخبر ليحمى فرداً معيناً أو لتكون له مزية إخبارية، ولكن عند ذكر مصدره فى جميع فقرات الخبر الذى يرويه عليه أن ينقل كلام المصدر بنصه بين قوسين أو أن ينقل

٦- **ترتيب الخبر** ترتيباً حسناً منطقياً كان أو زمنيا .
ويجب على المحرر أن يحلل الأحداث وأن يربط بينها ليجعل منها قصة إخبارية مترابطة تدور حول محور رئيسى.

٧- **استخدام الألفاظ المعربة الأكثر استعمالاً من الألفاظ العربية** مثل:
الديمقراطية والديكتاتورية والأرستقراطية والاستراتيجية والدبلوماسية والحرب الباردة والتكتيك الحربى إلى غير ذلك.

٨- **استخدام الألفاظ المستحدثة** حتى ولو ظهرت غريبة بالنسبة للقارئ فى بادئ الأمر.

٩- **استخدام علامات الوقف (الترقيم)** ضرورة لوضوح الأسلوب ولسهولة فهم القارئ له كالنقطة، الفاصلة، علامات الوقف الاستدراكى (:)، الفاصلة المنقوطة (؛) الشرطة (-)، الهلال { } ، أقواس الاقتباس المزدوجة " " والمفردة ( ) ولكل منها وظيفة وأسلوب فى الاستخدام.

١٠- **الحرص على إيراد الاسم الكامل للشخص فى أول الخبر**، ولا مانع بعد ذلك من ذكر جزء من اسمه كما يجب الحرص على الألقاب التى تصبح مع الوقت جزءاً من شخصية حاملها - وإذا كان الشخص لا يحمل لقباً فيمكن وصفه بالسيد إذا كان عربياً (مثلما تفعل صحيفة الأهرام المصرية)، وإذا كان على الصحفى أن يتحرى الدقة فى الخبر، فعليه أن يقوم بذلك بالنسبة للأسماء والألقاب والمناصب، لأن الخطأ فيها قد يسبب خلطاً بين شخصيتين.

١١- **مراعاة النصائح الخاصة بالأرقام**، لتسهيل القراءة. ويحسن كتابة الأرقام من واحد إلى تسعة بالحروف، وفيما عدا ذلك يكتب بالأرقام،

.( ) ٠,

ويبقى سؤال فى غاية الأهمية وهو: هل الأسلوب الصحفى أو لغة الصحافة لها مستوى تعبيرى واحد يطبق فى كل المواقف التحريرية الصحفية، ومع كل أشكال النصوص الصحفية أو القوالب الفنية للتحرير الصحفى، الإخبارية منها أو التفسيرية أو الاستقصائية أو أشكال الرأى؟

يرى الدكتور محمود أدهم أن مستويات التعبير العملى الصحفى التحريرى (أو أسلوب التحرير الصحفى) تختلف باختلاف الفنون والأنماط والأطر حيث تقترب حيناً من المستوى الأدبى، وتتغير فى حين آخر عنه، كما تقترب حيناً من المستوى العلمى، وتتغير فى حين آخر عنه وهكذا، وحيث نجد أمامنا فى النهاية هذه **المستويات الكتابية أو التحريرية أو البيانية الصحفية بما لها من خصائص ومعالم وأسس فنية؛ وهى:**

١- **المستوى الصحفى (الإخبارى) البحت**: للأخبار الصغيرة والمتوسطة والكبيرة قبل غيرها من المواد أو الفنون الأخرى.

٢- **المستوى الصحفى التسجيلى**: ويمكن أن يطلق عليه أيضاً (التقريرى) وتختص به أساليب تحرير القصص والموضوعات والتقارير الإخبارية أولاً وقبل غيرها من المواد والفنون الأخرى، ويليها فى ذلك بعض أنواع الأحاديث الصحفية.

٣- **المستوى الصحفى (التفسيرى)** : وتختص به على درجة متقاربة بعض أساليب تحرير أنواع الأحاديث الأخرى، وبعض أنواع التقارير

٤- **المستوى الصحفى (الوصفى)** : وهو يتداخل مع عدد من المستويات السابقة ويغلب على طابع أساليب تحرير (المجريات بأنواعها) وكذا بعض جوانب (الأحاديث - التقارير - التحقيق) إلى جانب مقالات (الأعمدة واليوميات) خاصة تلك التى تتجه بمضمونها العام نحو (الرحلات - الخواطر والتأملات - المناسبات - الاعترافات) قبل غيرها.

٥- **المستوى الصحفى (المتأدب):** على نحو ما يقول علماء اللغة (الأسلوب العلمى المتأدب) حيث يضفى المحرر هنا على كتابته سمة من الأدب أو قدراً من الذوق الأدبى، لا يزيد على الحد المعقول كما يبدو ذلك من خلال طابع وأساليب تحرير بعض أنواع العناوين والمقدمات والنهايات للأحاديث والتقارير المصورة والتحقيقات الصحفية عامة. وما يتصل منها بالمجلات خاصة، كما نشاهده أيضاً ضمن مادة أو صلب هذه الأنواع وكذا تحرير مقالات الأعمدة واليوميات الصحفية خاصة ما يتصل منه بالجانب الذاتى.

٦- **المستوى الصحفى (العلمى)** : وهو الذى يغلب أو ينبغى أن يغلب على طابع وأساليب التحرير التى يتتبعها (المحرر العلمى) و(المحرر العسكرى) و(المحرر الاقتصادى) و(المحرر الزراعى) وغيرهم من محررى المواد المتخصصة بشكل عام.

٧- **وأخيراً المستوى الصحفى (العام)** : ويمكن أن يجمع فيه كاتبه بين أكثر من مستوى من المستويات الفرعية السابقة فى مجموعها، أو بين هذه المستويات كلها، ولن يتحقق ذلك بالقدر المطلوب إلا على نطاق، وفى دائرة أو إطار عدد من الفنون والأنماط الصحفية المتميزة هى على وجه التحديد:

- التحقيقات الصحفية المتميزة خاصة: (تحقيق المشكلات - تحقيق الدراسة الصحفية) - تحقيقات (دراسة الشخصية) - تحقيقات (الحملة الصحفية) أو حملة (التحقيقات الصحفية).
- المقالات القائدة الموقعة.
- مقالات اليوميات الصحفية.
- المقال التحليلى.

بشرط العثور على الأفكار التى تستحق أن تكون موضوعا لتحقيق صحفى، والمحرر الذى يستطيع إجراء هذا التحقيق، أو مجموعة المحررين الذين يعملون (كفريق عمل) وأما الفنون والأنماط الأخرى، فمن الصعوبة أن يجمع المحرر أو الكاتب بين هذه المستويات الفرعية كلها، فى إطار واحد منها.

التحرير الصحفى .. الخطوات:

التحرير الصحفى جزء من نظام عام للإصدار، وله خطواته وخططه التمهيدية قبل الإصدار أيضا ، كما أنه يشكل نظاماً مستقلاً فرعياً داخل النظام العام لإصدار الصحيفة، فلإصدار صحيفة (جريدة أو مجلة) لابد من اتخاذ عدة خطوات مهمة قبل الإصدار، هى:

١- دراسة الجمهور ومعرفة احتياجاته.

٢- دراسة الصحف المنافسة.

٣- تحديد الهدف من الإصدار.

٤- رسم السياسة التحريرية.

٥- وضع التصميم الأساسى للصحيفة.

٦- اختيار النظام الإنتاجى للصحيفة.

٧- اختيار الكادر البشرى المؤهل وتوزيعه على الأقسام المختلفة.

٨- الحصول على ترخيص قانونى للإصدار أو التقدم بإخطار.

٩- تدبير التمويل اللازم ووضع الميزانية وحساب التكاليف.

١٠- توفير المقر والتجهيزات التكنولوچية المختلفة للإصدار.

١١- الاتصال بالمعلنين وحثهم على الإعلان فى الصحيفة.

١٢- وضع خريطة تنظيمية للصحيفة تحدد خطوط السلطة والمسئوليات والعلاقات وخط سير النص الصحفى من المحرر إلى المطبعة.

١٣- الاتفاق مع وكالات الأنباء ووكالات الصور والرسوم ووكالات الخدمات الصحفية كوكالات الصور والرسوم والمقالات والمعلومات، وكذلك وكالات الإعلان والتسويق للاستفادة من خدماتهم.

١٤- إعداد الحملة الإعلانية عن الصحيفة وجدولتها.

١٥- اصدار الأعداد التجريبية (الأعداد الزيرو) وتحديد موعد نهائى لصدور العدد الأول.

خطوات إصدار عدد من الصحيفة:

وهى الخطوات التى تتم يومياً أو أسبوعياً من أجل إصدار عدد واحد من الصحيفة، وتتضمن:

١- تقييم العدد الصادر.

٢- التخطيط للعدد التالى.

٣- جمع المعلومات من المصادر الداخلية والخارجية للصحيفة بواسطة المحررين والمندوبين.

٤- مراجعة المواد المجموعة واستكمالها ميدانياً أو مكتبيا .

٥- التقاط الصور الفوتوغرافية المناسبة للموضوعات، أو الحصول عليها من قسم المعلومات فى حالة بعض الأخبار والموضوعات.

٦- تجهيز الرسوم اليدوية التوضيحية والتعبيرية والساخرة بواسطة الرسامين.

٧- تحرير المواد الصحفية المجموعة فى شكل أخبار وموضوعات صحفية ومراجعتها.

٨- تحرير الكلام أو الشروح المصاحبة للصور الفوتوغرافية والرسوم اليدوية.

٩- جلب الإعلانات الصحفية بواسطة المندوبين ووكالات الإعلان المختلفة عن طريق قسم أو إدارة الإعلانات بالصحيفة.

١٠- تحرير الإعلانات الصحفية وإخراجها وتنفيذها على ماكيتات ترسل إلى جهاز التحرير بالجريدة مقترح عليها الصحفات المطلوب نشرها فيها.

١١- تقييم المواد الصحفية وتحديد صلاحيتها للنشر، بمعنى أن كل الأخبار والموضوعات تقيَّم ويقرر ما إذا كانت صالحة للنشر بشكلها الحالى، أو بعد الاستكمال، أو غير صالحة للنشر على الإطلاق.

١٢- الاستقرار على ماكيت أو تخطيط لمواد العدد التحريرية والإعلانية وتوزيعها على الصفحات المختلفة.

١٣- إخراج الجريدة؛ بمعنى توضيب الصفحات المختلفة وفقاً لخطة العدد، وفى إطار التصميم الأساسى للجريدة المستقر عليه، ويعنى ذلك تحديد مواقع الأخبار والموضوعات الصحفية والإعلانات داخل الصفحات المختلفة للجريدة، ومساحاتها، وأساليب المعالجة التيبوغرافية لها، ويتضمن ذلك تحديد حجم حروف كل مادة صحفية واتساع سطورها، والصور والرسوم المناسبة لها.

١٤- إرسال المواد الصحفية والإعلانية المكتوبة إلى قسم الصف لجمعها بواسطة أجهزة الكمبيوتر ومراجعتها وتصحيحها.

١٥- إرسال المواد المصورة والمرسومة إلى قسم التصوير ومراجعتها.

١٦- تجميع المواد المكتوبة والمصورة وفقاً للماكيت المتفق عليه فى عملية التوضيب أو المونتاچ.

١٧- مراجعة البروفات الأولية وتصحيحها بعد عملية التوضيب أو المونتاچ.

١٨- تجهيز الصفحات (التصوير الميكانيكى - تجهيز الألواح الطباعية).

ويلاحظ هنا أن الخطوات السابقة قد تم تعديلها بحيث أصبح معظمها يتم بواسطة أجهزة الصف التى تتكون من حاسبات إليكترونية تجرى عليها عمليات الصف والمراجعة والاستكمال والتصحيح والإخراج، وكذلك أساليب إنتاج اللوح الطباعى، حيث أدمجت خطوات وألغيت خطوات بفضل تطورات تكنولوچيا الصحافة.

١٩- الطباعة.

٢٠- التوزيع.

خطوات التحرير الصحفى:

وهى جزء من خطوات إصدار الصحيفة السابق التعرض لها بإيجاز فيما سبق، وتختلف خطوات تحرير النص الصحفى باختلاف طبيعة النص، هل هو نص إخبارى أم نص غير إخبارى بالشكل التالى:

خطوات تحرير النص الإخبارى:

١- يتم التخطيط لتغطية الخبر (المتوقع والمتابع) أما المفاجئ فلا يخطط له، ويتم ذلك من خلال تحديد محاور الخبر ونقاطه الرئيسية، وجمع الخلفيات المتعلقة به من قسم المعلومات أو من أرشيف المحرر الصحفى الخاص.

٢- جمع المعلومات المتعلقة بالخبر من المصادر المختلفة البشرية والوثائقية.

٣- التقاط الصور الفوتوغرافية المناسبة للخبر بواسطة المحرر أو المصور الصحفى.

٤- مراجعة المادة الصحفية المكتوبة والمصورة واستكمالها.

٥- تقييم المادة الصحفية المكتوبة والمصورة وتحديد صلاحيتها للنشر وبواسطة المحرر المسئول (رئيس القسم أو مدير التحرير أو نائب رئيس التحرير أو رئيس التحرير)، أو كلهم جميعاً حسب خط سير النص الصحفى فى الجريدة.

٦- تجهيز الرسوم اليدوية التعبيرية والتوضيحية والساخرة التى سوف تصاحب الموضوعات أو تنشر بمفردها.

٧- اختيار البناء الفنى للنص الصحفى أى تحديد شكل المادة الإخبارية المخطط لنشرها.

٨- التحرير النهائى للنص الصحفى.

٩- المراجعة النهائية للنص الصحفى المحرر.

١٠- التقييم النهائى وتحديد أولويات النشر.

خطوات تحرير النص غير الإخبارى (الحديث والتحقيق):

١- اختيار فكرة النص (الموضوع الصحفى هنا) الصحفى وبلورتها.

٢- مراجعة الفكرة وتحديدها وإقرارها من المحرر المسئول.

٣- جمع الخلفيات والتفاصيل الخاصة بفكرة النص الصحفى من معلومات مكتوبة ومصورة ومرسومة من قسم المعلومات الصحفية أو من أرشيف المحرر الخاص.

٤- جمع المعلومات اللازمة للنص الصحفى بواسطة المحرر أو فريق العمل.

٥- التقاط الصور الفوتوغرافية وتجهيز الرسوم المناسبة للنص الصحفى.

٦- المراجعة والاستكمال للمعلومات التى تم جمعها.

٧- تقييم المادة الصحفية المجموعة وتحديد مدى صلاحيتها للنشر بواسطة المحرر المسئول.

٨- اختيار البناء الفنى للنص الصحفى، أى اختيار الشكل الفنى المناسب للنص الصحفى والقالب المناسب منه مثلاً، اختيار شكل الحديث الصحفى، ثم نمط أو قالب الحديث الذى يضم الأسئلة والإجابات بالشكل التقليدى.

٩- تحرير النص الصحفى.

١٠- المراجعة الشاملة للنص الصحفى لغوياً ومعلوماتياً وأسلوبياً (وقانونياً أحياناً)، واستكماله أو تعديله.

١١- التقييم النهائى وتحديد أولوية النشر.

خطوات تحرير النص غير الإخبارى (المقال):

١- تحديد فكرة النص الصحفى.

٢- جمع المعلومات اللازمة كخلفيات لهذا النص مكتوبة ومصورة ومرسومة.

٣- جمع المعلومات الحالية أو الراهنة.

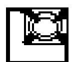
٤- اختيار البناء الفنى للنص الصحفى، أى نوعية المقال ونمطه الفنى (المقال الافتتاحى مثلاً أو اليوميات).

٥- تحرير المقال.

٦- المراجعة اللغوية والأسلوبية والمعلوماتية والقانونية (أحياناً).

٧- الاستكمال وإعادة الصياغة فى بعض الأحيان إلا بالنسبة لكبار الكتاب المتمرسين.

٨- التقييم النهائى وتحديد أولوية النشر.



ملخص الوحدة الأولى

يتناول هذا الفصل مفهوم التحرير الصحفى كعملية اتصال جماهيرية متكاملة الأطراف ومستمرة (المحرر الصحفى، الرسالة بمضمونها الصحفى المتنوع وشكلها الصحفى المناسب، الجمهور القارئ، وسائل التقويم الصحفى).

كما يناقش مفهوم التحرير الصحفى كخطوة من خطوات إصدار الصحيفة (جريدة أو مجلة) حسب دورية صدورها، وعملية التحرير الصحفى Editing التى تبدأ فور عملية الكتابة الصحفية Writing، وأهداف هذه العملية، وما يحتاجه المحرر للقيام بها.

ويعرض الفصل للتحرير الصحفى كأحد فنون الكتابة النثرية الواقعية حيث يتم التمييز بين ثلاثة أنواع من النثر هى: النثر العادى، النشر العلمى، النثر الفنى.

هذا إلى جانب مناقشة أسلوب التحرير الصحفى، وعناصر الأسلوب بشكل عام، والأسلوب الصحفى على وجه الخصوص ومكوناته الأربعة (الصحة النحوية والصرفية، الصحة المنطقية، الصحة الأسلوبية العامة، الصحة الأسلوبية الخاصة)، ومستويات التعبير الصحفى (الإخبارى، التسجيلى، التفسيرى، الوصفى، المتأدب، العلمى، العام).

وينتهى الفصل بعرض لخطوات التحرير الصحفى، حيث يناقش خطوات إصدار أية صحيفة، ثم خطوات إصدار عدد معين من الصحيفة، وأخيراً خطوات تحرير النص الإخبارى، وخطوات تحرير النص غير الإخبارى (الحديث والتحقيق / المقال).

أسئلة على الوحدة الأولى

[?]

س١ حدد المعنى العلمى للمفاهيم والمصطلحات الفنية التالية:

- الكتابة الصحفية.
- التحرير الصحفى.
- الكتابة النثرية الواقعية.
- الأسلوب.
- العدد الزيرو للصحيفة.

س٢ التحرير الصحفى كعملية فنية له أهداف، وهناك وسائل وعمليات تحريرية لتحقيق هذه الأهداف. ناقش هذه العبارة.

س٣ قارن بين المفاهيم العلمية التالية:

- النثر العلمى والنثر الفنى.
- الصحة الأسلوبية العامة والصحة الأسلوبية الخاصة.
- المستوى الصحفى التفسيرى والمستوى الصحفى الوصفى.
- خطوات إصدار الصحيفة لأول مرة وخطوات إصدار عدد من الصحيفة.

س٤ أكمل ما يلى:

- يبدأ تحرير النص الإخبارى بـ .... ويشترك كل من تحرير الحديث والتحقيق وتحرير المقال فى الخطوة الأولى وهى ....

- وهناك ثلاث خطوات نهائية يجب أن تتم لكل من النص الإخبارى والحديث والتحقيق وهى ....، ....، .... فى حين أن المقال ينتهى بثلاث خطوات هى ....، ....، .... إلى جانب أن

أنشطة يقوم بها الدارس

١- حاول أن تقيم مدى التزام صحيفتك اليومية التى تحرص على مطالعتها باستمرار بمعايير كتابة النصوص الصحفية، وأعطها بناء على ذلك درجة من عشر.

٢- أنت بصدد الاشتراك مع مجموعة من المساهمين لإنشاء شركة صحفية مساهمة لإصدار صحيفة أسبوعية، أعد دراسة تفصيلية حول الخطوات والإجراءات التى ستقوم بها لإصدار هذه الصحيفة.

٣- اختر قصة إخبارية منشورة فى إحدى الصحف، ومقالاً منشوراً أيضاً وحاول أن تحدد إلى أى مدى التزم كل منهما بمكونات الأسلوب الإعلامى بعامة وأسلوب التحرير الصحفى بخاصة.

مراجع للاستزادة حول موضوع الوحدة الأولى

١- محمد كامل جمعة: ***"الأسلوب"*** مكتبة القاهرة الحديثة، القاهرة، ط٢، ١٩٦١.

٢- أشرف محمد موسى: ***"الكتابة العربية الأدبية والعلمية"*** ، مكتبة الخانجى، القاهرة، ١٩٧٨.

٣- فاروق أبو زيد: ***"فن الكتابة الصحفية"*** ، دار المأمون للطباعة والنشر، القاهرة، ١٩٨١.

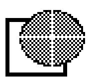
٤- محمود علم الدين: ***"الفن الصحفى فى المجلة العامة"*** العربى للنشر والتوزيع، ١٩٩٢.

٥- محمود أدهم : **الأسس الفنية للتحرير الصحفى العام**، القاهرة، د. ن، ١٩٨٤.

6- Baskette, Floyd K. ***The Art of Editing*** , London, Macmillan Publishing Co., Inc., 3rd Edition, 1982.

7- Gay, Trevr, ***The Writing Process: A Behavioral Approach to Communication Information and Ideas*** , Belmont Company, 1972.

8- Harriss, Julian and Leiter, Kelly, ***The Complete Reporter, Fundamentals of News Gathering, Writing and Editing*** , 6th Edition, Macmillan Publishing Co., 1992.



الوحدة الثانية

السياسة التحريرية والعوامل المؤثرة فيها

الأهداف:

بعد دراسة هذه الوحدة، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن:

١- يشرح السياسة التحريرية للصحيفة موضحا العوامل المختلفة المؤثرة فيها.

٢- يحلل السياسة التحريرية لمؤسسة إعلامية قد يلتحق للعمل بها.

٣- يتعرف كيفية استفادته من قسم المعلومات بصحيفته.

٤- يحدد سمات قراء صحيفته.

٥- يوظف أسلوبه الصحفى ليصبح أكثر مقروئية.

العناصر:

١- السياسة التحريرية والعوامل المؤثرة فيها:

- المباشرة - الوسيطة - غير المباشرة .

٢- فهم وتحديد سمات قراء الصحيفة.

٣- الأسلوب الصحفى المقروء.

٤- نظام المعلومات الصحفية.

٥- ملخص .

٦- أسئلة.

٧- أنشطة

٨ مراجع.

الوحدة الثانية

السياسة التحريرية والعوامل المؤثرة فيها

لم يعد اتخاذ القرار التحريرى فى الجريدة اليومية الحديثة يتم من خلال قرار شخصى للمحرر المسئول أو وجهة نظر، أو تفكير حدسى تخمينى تفرضه اللحظة بل أصبح يعتمد على عدة معايير أو قيم منطقية عملية وعلمية أو أسس متفق عليها، تشكل المتطلبات الأساسية التى يرتكز عليها التحرير الصحفى كعملية فنية صحيفة وكخطوة من خطوات إصدار الصحيفة وهى: السياسة التحريرية الواضحة والمحددة، والفهم الدقيق الواضح لسمات الجمهور أو قراء الصحيفة، والأسلوب الصحفى الذى يصل بسرعة وينفذ إلى القراء، والنظام الكفء والفعال للمعلومات الصحفية.

أولا - السياسة التحريرية الواضحة والمحددة:

لكل جريدة تصدر فى العالم رؤية أو فلسفة تحكم عملها اليومى وتوجهه وتؤثر عليه، وهذه الرؤية ليست جزئية بل شاملة، فهى ليست مجرد رؤية سياسية تحدد موقف الجريدة وانتماءها السياسى: هل هو ليبرالى، أم اشتراكى، بل إنها تحدد موقف الجريدة الأساسى ورؤيتها أو أسلوبها أو مدرستها الصحفية: هل هى صحيفة وقورة للصفوة، أم هى صحيفة شعبية تركز على فئات سِنِّيَّة ومهنية معينة، أم هى صحيفة معتدلة؟ وما هو أسلوبها فى التغطية الصحفية الإخبارية: هل تميل إلى التغطية التقليدية المباشرة أم إلى التغطية التفسيرية، أم إلى التغطية الاستقصائية؟ وهل تفتح صفحاتها كمنبر لكل التيارات الفكرية أم تميل لتفتحها فقط أمام تيار فكرى واحد أو عدة تيارات فقط؟، هل تركز فقط على إعطاء القارئ ما يريد أم ما ينبغى أن يأخذ؟ هل تركز على الخدمة الصحفية البسيطة، أم تهدف إلى ترقيته فكريًا وثقافيًا ؟ هل توظف الأسلوب الإخراجى الرأسى والوحدات المتداخلة، أم تميل إلى الإخراج الأفقى والكتل المستطيلة ؟

ويشكل ما سبق بعض جوانب رؤية الصحيفة أو منهجها الصحفى الذى يتركز فيما بعد ويتبلور فيما يعرف بالسياسة التحريرية Editorial Policy، ويؤثر فى أسلوب اتخاذ القرار الصحفى التحريرى، وذلك لأنها تجيب دائماً عن سؤالين رئيسيين فى العمل الصحفى اليومى: ماذا أنشر؟ وكيف أنشر؟

ويمكن فى ضوء ما سبق القول بأن:

السياسة التحريرية هى مجموعة المبادئ والقواعد والخطوط العريضة التى تتحكم فى الأسلوب أو الطريقة التى يقدم بها المضمون الصحفى، وتكون فى الغالب غير مكتوبة، بل مفهومة ضمناً من جانب أفراد الجهاز التحريرى، وتظهر فى سلوكهم وممارستهم للعمل الصحفى اليومى وهى تخضع لقدر من المرونة تختلف درجته من صحيفة لأخرى ومن موقف لآخر، ومن فترة لفترة أخرى داخل الصحيفة نفسها.

والسياسة التحريرية تطرح عدة بدائل: فقد تهتم بالعرض المشوق وتغطية الجريمة والرياضة والموضوعات الإنسانية والطريفة، أو تسعى لتقديم مضمون ذى مستوى رفيع فتهتم بالتغطية الإخبارية العميقة والمتوازنة والموضوعات التى تقدم معلومات متعمقة والمقالات المفسرة، أو تسعى أساسًا للدفاع عن مبدأ سياسى أو اتجاه حزبى معين.

وتؤثر على السياسة التحريرية مجموعة ضخمة ومتشابكة من العوامل بعضها يتصل بالصحيفة والمؤسسة الصحفية من الداخل، والبعض الآخر يرتبط بالنظام الإعلامى والصحفى السائد، والبعض الثالث يتأثر بالأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية السائدة ، ونطرح فيما يلى العوامل المؤثرة على السياسة التحريرية للصحيفة.

العوامل المباشرة المؤثرة على السياسة التحريرية:

١- **الأيديولوچية أو المبادئ التى تلتزم بها الصحيفة وتدافع عنها**: ويقصد بالأيديولوچية نظام الأفكار المتداخلة التى تؤمن بها جماعة معينة أو مجتمع ما وتعكس مصالحها واهتماماتها الاجتماعية والأخلاقية والدينية والسياسية والاقتصادية والثقافية، وتقوم الأيديولوجيات بمهمة التبريرات المنطقية والفلسفية للاتجاهات.

٢- **ظروف العمل الصحفى وطبيعته:** وأهمها: ظروف المساحة المحدودة وضغط الوقت كعنصرين حاكمين للعمل الصحفى إذ إن كم المواد الصحفية المعدة للنشر فى كل عدد من الصحيفة يكون عادة كبيراً بالقياس للمساحة التى تخص المادة التحريرية بعد حجز الأماكن الخاصة بالمادة الإعلانية، ومن ثم فلابد من احترام هذه المساحة بمعنى أن يكون معيار النشر هو الأهمية النسبية لكل مادة صحفية وتقرير المساحة المخصصة لكل مادة بما يتناسب مع قيمتها الفعلية، كما أن هذه المواد الصحفية رغم كل الجهد المبذول فى جمعها وتحريرها وإخراجها تصبح سلعة بائرة فى اليوم التالى ولا يمكن نشرها إذا تقادم الحدث؛ وذلك لأن الآخرين من الصحف المنافسة لن يتركوها دون معالجة أو تغطية.

٣- **الجوانب الاقتصادية**: فمن المشاكل التى تواجه الصحافة الفجوة التى تظهر فى كثير من الحالات بين التكلفة الكلية للنشاط الصحفى وبين الدخل الذى يتحقق من التوزيع والإعلان وهما المصادر الأساسية لتمويل الصحافة.

وتزداد حدة هذه المشكلة مع ضخامة الموارد المالية والاستثمارات التى تحتاجها الصحافة ليصبح فى مقدورها أداء عملها بالفاعلية المطلوبة، ومع التطور التكنولوچى المعاصر للصحافة وما يحتاجه من استثمارات ضخمة والحاجة المستمرة لتجديد أساليب الإنتاج والتوزيع وتطويرها.

وهناك عدة عوامل تتحكم فى السياسات الاقتصادية لوسائل الاتصال الجماهيرية - ومن بينها الصحافة - منها:

١- السياسات المالية للحكومة وتسعيرها للخدمات التى تستعين بها الصحافة أثناء أداء عملها، ويتوقف ذلك فى جانب منه على نظرة الحكومات لوظيفة الصحافة، وهل هى مجرد مشروع تجارى وصناعى عادى أم مشروع له أغراض اجتماعية وثقافية إلى جانب أغراضه الاقتصادية ؟

٢- الضرائب التى قد ترى الحكومة أن تفرضها على نشاط الصحافة أو الإعفاءات الضريبية التى قد ترى الحكومة أن تقدمها للصحافة، تلك الإعفاءات الضريبية التى قد لا تتمتع بها الصناعات الأخرى، كما قد تقدم لها تعريفات جمركية وبريدية وهاتفية مخفضة.

٣- المساعدات المالية التى قد تقدمها الحكومات للصحافة كأن تمنحها قروضا ميسرة وتوفر لها الضمانات مقابل قيامها بشراء معداتها أو تمدها بالإعانات المالية المباشرة أو تشترى بعض منتجاتها أو خدماتها، وفى البلاد التى تقوم على نظام تعدد الأحزاب قد تقدم الحكومات فى بعض الأحيان منحاً مالية لكل الأحزاب على أن يخصص جزء منها لدعم الصحافة الحزبية، ولكن ينبغى أن يؤخذ قبول مثل هذه المساعدات الرسمية بحذر نظراً لأنه قد يضر بالاستقلال المطلوب فى سياستها التحريرية، وإن كان البعض يرى أنه طالما أن هذه المساعدات تتم طبقا للقانون ووفق معايير عامة فلا مجال للتخوف منها.

٤- الإعلان: إذ يعتبر مصدراً رئيسياً لتمويل الصحف خاصة تلك المملوكة ملكية خاصة، وهو ضرورى لتغطية نفقات الإنتاج ومواجهة متطلبات التجديد والابتكار، ولكنه قد يشكل أحياناً ضغوطاً على الصحافة، وإن كان البعض يرى إمكانية تجنب ذلك من خلال تعدد الاتجاهات فى هذه الصحف وإخضاع الإعلان لمعايير أخلاقية.

٥- مدى قبول أو عدم قبول المساعدة الخارجية فى مجال الصحافة والتى قد تفيد فى الجوانب التالية:

(أ) مساعدة الصحف فى دعم بنيتها الأساسية ودعم تجهيزاتها ومعداتها.

(ب) مواجهة ندرة موارد رأس المال.

(جـ) الاستثمارات فى مجال التكنولوچيا.

٦- نمط الملكية الصحفية؛ وهناك ثلاثة أشكال رئيسية لملكية وسائل الاتصال الجماهيرى ومن بينها الصحافة، هى:

(أ) ملكية الدولة لها ملكية مباشرة.

(ب) الملكية الفردية الخاصة.

(جـ) نمط ثالث بديل يسعى لتأكيد درجة من الاستقلال للصحافة فى عملها وهو نمط الشركات العامة المستقلة إلى جانب الشركات التعاونية التى تعمل بشكل اقتصادى.

وتختلف أنماط ملكية الصحف من بلد لآخر باختلاف النظم السياسية والاقتصادية وإن كانت معظم النظم السياسية والاقتصادية تتبع أكثر من نمط من أنماط الملكية معا ، فالشائع إذاً هو وجود ملكية مختلطة.

وإذا كانت السيطرة المباشرة للحكومة على الصحف قد تجنبها مخاطر النزعات التجارية والسعى وراء الربح فقط، إلا أن الصحف الخاضعة لإشراف حكومى مباشر أثبتت فى كثير من الأحيان قصورها عن الوفاء بحاجة الجماهير إلى القدر الكافى من المعلومات والتنوع المطلوب فى مصادرها على الرغم من أن المفترض نظرياً أن تعبر الحكومات عن إرادة الشعوب.

وفى المقابل يرى البعض أن الملكية الخاصة للصحف لا تمنع فى كل الأحوال الصحافة من التعبير عن مشاكل الشعب، وإبراز الاختلافات الحقيقية الموجودة فى المجتمع فى إطار الالتزام بالروح الوطنية.

والاتجاه السائد فى ملكية الصحف فى معظم دول العالم هو الملكية الخاصة باستثناء بعض الدول الأفريقية والآسيوية وكوبا.

وتوجد فى كل دول العالم تقريبًا صحف خاصة ولكنها غير تجارية تملكها وتديرها أحزاب سياسية أو مؤسسات غير حكومية.

ويلاحظ - بشكل عام - أن الدول تنظر لتركيز ملكية وسائل الاتصال ومن بينها الصحافة على أنه أمر ينبغى تجنبه نظراً لآثاره الاجتماعية السيئة، إذ إنه يقلل من فرصة تعدد مصادر المعلومات والآراء، كما قد يحول دون حرية الإعلام وتقليل فرصة العمل المتاحة للمهنيين، ويجعل من المجموعة المالكة المسيطرة قوة خطرة لاسيما إذا ما استخدمت هذه الوسائل بشكل غير مسئول وقد يؤدى أيضاً إلى صب الجمهور فى قوالب جامدة.

وهناك أسباب متعددة قد تؤدى إلى تركيز الملكية والاحتكارات سواء العامة أو الخاصة كالضغط الاقتصادى الذى ترتب على الحاجة الملحة لإدخال تكنولوچيات جديدة ومتطورة فى مجال الصحافة وظروف المنافسة على مصادر الدخل كالإعلان والتوزيع وارتفاع تكاليف الإنتاج والافتقار إلى مصادر تمويل جديدة، والمنافسة بين وسائل الاتصال إلى جانب ما قد يوجد من قصور إدارى بجانب التضخم العام.

كما قد يحظر التشريع تملك الدول الأجنبية أو المصالح الأجنبية للصحف الوطنية إدراكاً للوضع الحساس لها ومن ثم الخوف من خضوعها للسيطرة الأجنبية الخارجية.

٤- **تكنولوچيا الصحافة**: تلعب تكنولوچيا إنتاج الصحيفة دوراً مهماً فى عملية الإصدار بعامة، وتؤثر على درجة نجاحها التحريرى، وتزداد أهميتها هذه الأيام نظرًا للتطور التكنولوچى الضخم الذى تشهده الصحافة والذى يحمل توقعات مذهلة فى المستقبل سيكون لها تأثيرها البعيد، وإذا كانت هذه الثورة التكنولوچية تحمل فرصاً كبيرة إلا أن هذه الفرص ليست متكافئة، وليست

وهناك بعض الاعتبارات قد يكون من المفيد مراعاتها عند نقل تكنولوچيا الصحافة أو الاستعانة بها؛ وأهمها:

١- أن تناسب هذه التكنولوچيا ظروف الدول النامية واحتياجاتها التنموية.

٢- استخدام التكنولوچيات البسيطة أو الوسيطة إذ قد يؤدى استخدام التكنولوچيات المتقدمة ومعظمها يتسم بكثافة رأس المال وقلة العمالة إلى خلل اجتماعى وتباين بين مشاركة مختلف فئات الشعب فى الاتصال إلا أن هذه المسألة نسبية.

٣- محاولة الاعتماد على الذات فى تصميم وإنتاج واستخدام التكنولوچيات فى هذا المجال.

٤- السعى لتحقيق الفائدة القصوى من التكنولوچيات فى أقل وقت ممكن؛ وذلك بتحديد المشاكل التى يحتاج حلها إلى استخدام التكنولوچيات كخطوة أولى قبل تخصيص استثمارات لها أو قبول برامج المساعدة الخارجية فى هذا المجال.

٥- اختيار التكنولوچيا غير المكلفة، والتى تحقق فى الوقت نفسه الأهداف والأغراض المرجو تحقيقها.

٦- زيادة الاعتمادات المخصصة لتشجيع بحوث تطويع التكنولوچيا ودعمها.

٥- الجهاز التحريرى: ويشمل رئيس التحرير ومدير أو مديرى التحرير ونواب رئيس التحرير ورؤساء الأقسام والمحررين والمندوبين، ومهمة الجهاز التحريرى هى جمع وإعداد كل مادة صحفية تطبع فى الصحيفة ويضم الذين يجمعون الأخبار والذين يعيدون كتابة هذه الأخبار أو يراجعون ما ليس فى حاجة إلى إعادة كتابته والذين يرسلون الأخبار من الخارج والذين يتلقونها ويعدونها للنشر، والذين يخططون وينفذون ويكتبون ويحررون الموضوعات الصحفية، ويتولى الجهاز التحريرى تزويد الجهاز الفنى للصحيفة بأصول المواد التحريرية.

ويتوقف على الطريقة التى يدار بها عمل الجهاز التحريرى نجاح الصحيفة ومن هنا فلا بد من التعاون والتفاهم بين الأقسام المختلفة كى يتحقق للصحيفة عنصر التجانس والتنسيق الذى يتم من خلال اجتماعات متعددة ويتصل بالجهاز التحريرى مجموعة عوامل تؤثر بشكل أو بآخر فى السياسة التحريرية؛ منها:

١- المعايير التى تحكم اختيار أفراد الجهاز التحريرى؛ هل يتم اختيارهم وفقا لكفاءاتهم المهنية فقط أم بناء على الثقة السياسية فيهم أو يشترط أن يكونوا من بين الكوادر الحزبية، هل يشترط انتماؤهم لنقابة مهنية أو الحصول على ترخيص أو إذن بالعمل من جهة ما إدارية أو سياسية.

٢- ظروف تنشئتهم الاجتماعية وثقافاتهم وانتماءاتهم الاجتماعية والسياسية.

٣- تأهيلهم وتدريبهم؛ الأمر الذى ينعكس على ما يتمتعون به من مهارات اتصالية وصحفية.

٤- ظروفهم الاقتصادية والاجتماعية.

٦- **طبيعة عملية حراسة البوابة:** تقوم فكرة حراسة البوابة على أن المادة الصحفية تمر حتى تصل إلى الجمهور على نقاط أو بوابات يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج، وأنه كلما طالت المراحل التى تقطعها هذه المادة حتى تظهر فى الصحيفة زادت المواقع التى يصبح فيها من سلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت ستنقل كما هى أم بعد إدخال بعض التغييرات عليها.

وهناك مجموعة من العوامل تتحكم فى اتخاذ قرارات النشر يتحدد بناء عليها المسموح وغير المسموح به من كافة النواحى السياسية والقانونية والأخلاقية والاجتماعية، فضلاً عن وجود مجموعة من المعايير يتم وفقا لها انتقاء المادة الصحفية ومن هذه المعايير على سبيل المثال:

١- المعايير الخاصة باختيار الأنباء ونقلها والتى تتمثل فى القيم الإخبارية المتعارف عليها، وهذه القيم صارت مثار نقاش وجدل طويل فى السنوات الأخيرة، إذ يطالب البعض بضرورة إعادة تقييم هذه المعايير التقليدية حتى يصبح فى الإمكان تقديم صورة أصدق وأشمل للأحداث والتحركات والاتجاهات فى كل من البلاد المتقدمة والنامية.

٢- المعايير الخاصة بالتعبير عن احتياجات جميع فئات السكان ووجهات نظرها وبالذات الفئات المحرومة أو المهملة (النساء، الأطفال، الشباب، المسنون، المعوقون ....) وسكان الريف والمناطق النائية إذ إن المطروح حالياً هو أن وسائل الاتصال ومن بينها الصحافة تركز على فئات معينة وتهمل فئات أخرى إما لأسباب عرقية أو لغوية أو دينية أو سياسية.

٣- المعايير الخاصة بالمادة الصحفية التى تأتى من مصادر أجنبية ومدى التوازن بينها وبين المادة الصحفية الوطنية حرصاً على أن تعزز هذه المادة الذاتية الثقافية والثقافات الوطنية دون أن يعنى ذلك إغلاق الأبواب أمام الثقافات الأخرى والحرص على متابعة الحركة الفكرية

من هنا، فلابد للسياسة التحريرية أن تتخذ مجموعة من القرارات خاصة تلك التى تتعلق ببعض المبادئ التى تؤثر فيما بعد على العمل التحريرى:

(أ) تعمد إغفال أو عدم إغفال نشر بعض الأخبار أو المعلومات أو الآراء.

(ب) النقد والتعريض بالسلوكيات السيئة.

(جـ) حماية سرية مصادر المعلومات.

(د) الفصل بين الخبر والتعليق.

(هـ) تحديد المساحة التى تخصص للمادة الإعلانية.

(و) إعادة النظر فى التعاريف الضيقة للخبر والاعتبارات التى تحكم ما ينبغى نشره وأية قضايا يجوز مناقشتها.

(ز) القيم المطلوب التركيز عليها والقيم غير المرغوب فيها أو المطلوب التصدى لها.

٧- **جمهور الصحيفة**: ويمكن تحديد علاقته الفعلية بالسياسة التحريرية من خلال مستويين أو جانبين: الجانب الأول: هو تحديد الجمهور الفعلى الذى يقرأ الصحيفة بالفعل والجمهور المستهدف الذى تخطط الصحيفة للوصول إليه ليصبح جمهورًا فعليًا، ومعرفة سماته وخصائصه الجنسية والعمرية والسيكولوجية والاجتماعية والاقتصادية واهتماماته، والجانب الثانى: يتعلق بما يريده الجمهور وما يحتاج إليه، وهل تسعى السياسة التحريرية إلى الاكتفاء بتلبية رغبات الجمهور أم تهدف إلى الموازنة بين ما يرغب فيه وما يحتاجه بالفعل؟

العوامل الوسيطة المؤثرة على السياسة التحريرية:

١- الفلسفة العامة للاتصال فى المجتمع أى مجموعة المعايير التى تحكم السلوك الاتصالى تبعًا لسمات المجتمع وحاجته، وتجيب هذه الفلسفة على التساؤلات

١/١- هل يهدف الاتصال إلى الربح أم إلى إحداث تغييرات فى الاتجاهات أو السلوك أم أنه يهدف إلى كليهما؟

٢/١- الوظائف المطلوبة وأولوياتها (الإعلام، التثقيف، الحوار، النقاش والتنشئة الاجتماعية، الإعلان، الترفيه، التكامل، ويمكن تحديد الوظائف التى تصلح للمجتمعات النامية على النحو التالى:

١/٢/١- تغطية الأحداث بشكل دقيق وصحيح وشامل بما يعطيها معناها الحقيقى، على أن تقدم فى الوقت نفسه دائرة واسعة من المعارف.

٢/٢/١- طرح كافة الآراء دون الاقتصار على طرح الأفكار والآراء التى يراها القائمون على وسائل الاتصال أو أى فئة أخرى مسيطرة على وسائل الاتصال سياسية أو اقتصادية أو غيرها على حساب دعم التفكير المستقل وخلق القدرة على التمييز والتقييم لدى الجمهور.

٣/٢/١- أن تكون وسيطًا رئيسيًا وفاعلاً بين الحكام والمحكومين بحيث تنقل سياسات الحكومة للشعوب من جهة وتنقل استجابات وردود أفعال الشعوب لسياسات الحكومة من جهة أخرى على أن يتم ذلك بأسلوب نقدى.

٤/٢/١- الإسهام فى حثِّ الجماهير على المشاركة فى إدارة مجتمعاتها وتنمية إدراكها السياسى بما يمكنها من الإسهام فى اتخاذ القرارات ومساعدة الفرد على تقدير مسئوليته ودوره كعنصر فى المجتمع.

٥/٢/١- الإسهام فى دعم قضايا التنمية الشاملة للمجتمع وأغراضها فى كافة المجالات (الزراعة، الصحة، التثقيف، الأمية،

١/٢/٦- التأكيد على الهوية الثقافية للمجتمع وتدعيمها والسعى لحماية القيم الثقافية المقبولة أو المرغوب فيها.

١/٢/٧- دعم الشعور بالانتماء إلى الوطن، وأن تكون الصحافة أداة للتكامل القومى، ودعم الوحدة الإقليمية فى إطار منطقة جغرافية أو سياسية.

١/٢/٨- الربط بين الماضى والحاضر بحيث تحافظ على الأصالة فى الوقت الذى تدعو فيه للمعاصرة.

١/٢/٩- التعبير عن هموم الجماهير وآماله.

١/٢/١٠- الإسهام فى الدفاع عن القضايا العادلة للشعوب التى تناضل من أجل حريتها واستقلالها وعن حقها فى الحياة فى سلام وعلى قدم المساواة مع غيرها من الدول دون تدخل من أى قوى خارجية.

١/٢/١١- الإسهام فى دعم السلام والتفاهم الدولى وتعزيز حقوق الإنسان ومكافحة التفرقة والتحريض على الحرب، إلا أن هذه الوظائف تختلف بل أحيانا تتناقض مع اختلاف البيئات والظروف فى كل مجتمع فقد تتحول عملية تغطية الأحداث إلى عملية نشر لأنصاف الحقائق أو الافتراءات، وقد تنقلب وظيفة التعليق والمناقشة والنقد إلى محاولات للتحايل والدعاية.

١/٣- هل يهدف الاتصال لمجرد التغطية الإخبارية الخاطفة، أم إلى تقديم التعليقات والخلفيات والتفسيرات التى توضح الأخبار وتفسرها وتضعها فى إطارها الشامل ؟

١/٤- هل يهدف الاتصال إلى تقديم الآراء الجاهزة وفرض القناعات والاعتقادات، أم إلى تقديم المعلومات والخلفيات ووجهات النظر التى تمكن المواطن من تكوين وجهة نظره ورؤيته الخاصة ؟

١/٥- هل يهدف الاتصال إلى تلبية احتياجات كافة فئات الجمهور، أم تسيطر عليه فئة معينة (سياسية - دينية - عرقية .....) لخدمة مصالحها وأغراضها دون النظر لاحتياجات الفئات الأخرى ؟

١/٦- ما هو النموذج الاتصالى المتبع (أفقى أم رأسى)، وما مدى اهتمامه برجع الصدى ؟

١/٧- ما هو مدى الاهتمام بالحق فى الاتصال ومشاركة الجمهور فيه ؟

٢- القيود المفروضة على الصحف وحجم الحرية المتاحة لها سواء أكانت هذه القيود مباشرة (وجود رقيب مقيم فى الصحيفة) أم كانت غير مباشرة مثل إصدار تعليمات حكومية عن كيفية معالجة بعض الموضوعات المتصلة بأحداث أو قضايا معينة أو وضع قائمة ببعض الوقائع أو المعلومات المحظور نشرها، ممارسة بعض أشكال الإرهاب ضد الصحفيين كالتهديد والعنف ومعاقبة الصحفيين الذين لا يلتزمون بالتوجيهات أو التعليمات، طرد أفراد من العاملين فى الصحافة أو حرمانهم من فرص النشر، فرض تأمين نقدى ضخم على إصدار الصحف أو تقييد إصدار الصحف، فرض قيود على حرية استقاء المعلومات، رقابة رئيس التحرير، إجازة إنذار الصحف أو وقفها أو إلغائها بالطريق الإدارى.

٣- معايير السلوك المهنى ومواثيق أخلاقيات المهنة وهذه المواثيق قد تكون إجبارية (إلزامية) تحمل بعض أشكال العقاب لمن يخالفون ما جاء بها من معايير للسلوك المهنى أو ينتهكونها، تتمثل فى هذا الاحتقار أو التأنيب العام أو الوقف المؤقت عن مزاولة المهنة، وقد تكون اختيارية تقوم على أساس رغبة وإرادة من العاملين فى المهنة بحيث يترتب على موافقتهم عليها

(أ) حماية الجمهور من الاستخدام غير المسئول أحيانا للصحافة.

(ب) حماية الصحفيين من التعرض لأى ضغوط ضد ما تمليه عليه ضمائرهم.

(جـ) التأكيد على حق الصحفيين فى الحصول على المعلومات.

العوامل غير المباشرة التى توثر على السياسة التحريرية:

١- الظروف العامة السائدة فى البلاد سياسياً واقتصادياً واجتماعياً.

٢- السياسة العامة للدولة.

ثانيا - الفهم والتحديد لسمات قراء الصحيفة:

ولا يتم ذلك إلا من خلال التعرف المستمر والمنظم على جمهور الصحيفة من خلال عدة وسائل مثل: تحليل بريد القراء واتصالاتهم التليفونية واللقاءات المستمرة مع الجمهور، وكذلك بحوث القارئية أو دراسات القراء أو بحوث قراء الصحف، التى تعد أكثر الوسائل دقة فى فهم وتحديد سمات القراء، وأهم ما تزود به بحوث القارئية، أو دراسات القراء هو تحديد: من يقرأ الجريدة؟ وما سماته؟ وما عاداته فى القراءة؟ وما تقديراته؟ وما المواد التى يفضلها؟ والتى لا يفضلها؟ وما رأيه ككل فى الجريدة؟ وهذا متطلب مهم وحيوى يفيد المحرر الصحفى فى توجيه رسالته الاتصالية بالأسلوب المناسب لقارئه.

ثالثا - الأسلوب الصحفى المقروء:

ويتم ذلك من خلال اتباع قواعد الأسلوب الصحفى بعامة وتوظيف بحوث المقروئية، وصيغها أو مقاييسها المختلفة من آن لآخر، وكذلك بالاستفادة من كتب وأدلة ووريقات الأسلوب فى توجيه الأسلوب الصحفى بحيث يبدو متسقا بين صفحات العدد الواحد من الجريدة وبين أعدادها المختلفة.

وبحـوث المقروئيـة هــى تلك البحوث التى تقيس مقروئية Readability مـادة صحفية معينة أو فقرة، بمعنــى مدى نفاذ كلمات الرسالة الإعلامية إلى عقل المستقبل بسرعة وسهولة مع القدرة علـى تذكر محتواها إذا دعت الضرورة، وذلك من خلال قياس بعض الأشياء التى تجعل القراءة والاستيعاب والفهم صعبا ، أو مدى سهولة أو صعوبة العناصر التـى تجعل المـادة المطبوعة سهلة للقراءة والفهم، ويدخل فـى ذلك أسلوب الكتابة والتحرير واللغة المستخدمة، من خلال معايير أو مقاييس أو صيغ موضوعة ومختبرة ومستقر عليها.

والكتابة المقروءة Readable Writing هى الكتابة ذات المعنــى سهل الاستيعاب والمفهومة للقارئ المتوسط، وهى وظيفة التحرير الصحفى من خلال المراجعة وصقل اللغة والتبسيط وكتابة العناوين الرئيسية والفرعية وتزويدها بالصور والرسوم، ووضعها فى الحيز المناسب من الصفحة.

صيغ المقروئية ومقاييسها:

يعود الاهتمام بوضع صيغ أو مقاييس يمكن من خلالها تحديد مقروئية المادة المكتوبة إلـى أكثر من قرن، فنجد Boss Clark رئيس تحرير جريدة New York Sun يقول فـى سبعينات القرن الماضـى - وهو فى ذلك يعبر عن آراء عشرات من زملائه رؤساء التحرير والمحررين - فى وصفه للمقروئية مخاطبا محرريه: "استعملوا كلمات وجملاً بسيطة، وتذكروا أنكم تكتبون وتحررون للناس".

ثم تأتـى الصيغ أو المقاييس الحديثة للمقروئية لكى تدور فى الإطار نفسه، وتعمق مقولة Boss Clark، وتدرس كل العناصر التـى تجعل الكتابة مقروءة معزولة من بعضها، وزودت بعدة صيغ أو مقاييس، ليست صيغًا للكتابة ولكنها مجرد أداة أو مرشد أو معيار قد يستعمل فـى عمليات التحرير لتطوير الكتابة ولمراجعتها أسلوبيًا وصقلها، ويمكن تتبع تطور هذه الصيغ من خلال جهود عدد من الخبراء والباحثين فى هذا المجال.

كتب ووريقات وأدلة الأسلوب Style books, Sheets and Guides:

الكتابة الصحفية عملية استعمال للغة فى أسلوب يمكن للمحرر الصحفى أو الكاتب أن يوصل من خلاله فهمه لحدث أو قصة إلى الجمهور، ووظيفة المحرر الصحفى خاصة فى مجال الكتابة الإخبارية أن يعبر عن المعنى ولا يعطى انطباعه الشخصى، وأساس حرفة الكتابة الصحفية هو الاستخدام الصحيح لقواعد اللغة فى وضوح، وهذا يتطلب الاتساق والوحدة فى الأسلوب الذى تكتب به قصة خبرية ما، وبين صفحات الجريدة وأقسامها وبين نسخ الجريدة المختلفة، من عدد لآخر وهذا الاتساق وتلك الوحدة يتم الوصول إليها من خلال قواعد موحدة للأسلوب، بحيث يستطيع القارئ التركيز على المحتوى، وليس الفروق الطفيفة فى المعنى، كما تزود هذه القواعد بتوجيه فى مجالات تثير الاضطراب كقواعد اللغة وعلامات الترقيم والاختصارات.

وهذا التوحيد للقواعد الخاصة بالأسلوب التى تدعم الاتساق والوحدة فى أسلوب الجريدة، يتم تحقيقه من خلال كتب وورقات وأدلة أسلوب عديدة سنت القواعد ووضعت خطوط التوجيه فى مجالات مهمة مثل:

- استعمال الحروف الكبيرة Capitalization.
- الاختصارات Abbreviations.
- علامات الترقيم Punctuation.
- الهجاء Spelling.
- الأعداد Numbers.

وأبرز ما دعا إلى استخدام كتب ووريقات وأدلة الأساليب هو:

أولاً: الحاجة إلى أسلوب موحد للغة، خاصة فى بعض الكلمات التى يكثر عدد مترادفاتها ومعانيها المتشابهة، مما يعطى مظهراً موحداً للجريدة، ويوفر على القراء عملية تخمين أى هذه الكلمات هى الأصح.

ثانياً: الحاجة للحفاظ على المساحة، من خلال استعمال الكلمات المحددة الصحيحة المعبرة المختصرة.

ثالثاً: الحاجة لتوفير الوقت، الذى قد يضيعه المحرر فى تقدير أى الكلمات أو العبارات أو الأرقام أو الاختصارات هى الأصح.

رابعاً: إعطاء صورة واضحة محددة عن أسلوب الجريدة الموحد للقادمين الجدد من المحررين.

وكالات الأنباء وكتب الأساليب:

قامت وكالتا الأسوشيتدبرس واليونايتدبرس انترناشيونال منذ أواخر الخمسينيات من القرن الماضى بتطوير أسلوب كتابة موحد ومتسق وشائع من خلال كتابين للأسلوب Style book، وأجبرتا مئات الجرائد - التى تتعامل مع الوكالتين - على التمسك بقواعد الأسلوب التى تضمنها كل من هذين الكتابين، وقد حدث نفور فى البداية من جانب الجرائد ولكنها بعد فترة أصبحت المرجع الأسلوبى المهم فى هذه الجرائد، بل وفى عشرات من مدارس وكليات الصحافة.

وفى أواخر السبعينيات من نفس القرن تم تحديث أدلة الأساليب هذه Style manuals بشكل جماعى، فقد أثيرت قضايا وحاجات جديدة دعت إلى مراجعات إضافية، وفى عام ١٩٧٧ وبعد جهد عامين، نشرت كل من الوكالتين كتباً أسلوبية جديدة بشكل كامل ومنظم واستقبل رؤساء التحرير الطبعات المنقحة من كتابى الأساليب هذين بترحاب شديد.

وكانت المحتويات النمطية لكتب الأسلوب عند الوكالتين هى:

أولاً: الحروف الكبيرة والصغيرة Capital and lower cases

ثانياً: الاختصارات Abbreviations

ثالثاً: علامات الترقيم Punctuation

رابعاً: الأعـداد Numbers

خامساً: الهجـاء Spelling

ولكن طبعتــى عام ١٩٧٧ تضـمـنـتـا تعـــديلات جـيـدة، فقد تم توسيعها بـشـكـل كـبـيـــر وتـم عمـل مـداخل أبجـديـة جعلـــت الكتابـين مـرجـعـيـن قـيمـين، بحيث شملتا على سبـيـل المثال ولأول مرة الهـجــاء الصحيح لمئات من أسماء الشركات، معلومات عن المعتـقـدات الدينية، إلى جانب قواعد النحو واستعمال الحروف الكبيرة والصغيرة والاختصارات والاقتباس المباشر وجمع الأسماء.

ويتميز كـتاب أسلوب وكالـة أسوشـيتدبرس باحـتوائه علـى قسم مفيد فـى الجوانب القانونية.

وهكذا يؤدى كـتــابــا الأسـلوب بالوكالـتـين دورهـمـا الذى يتلخـص فى: "عـمـل قواعد واضـحــة وبسيطــة مع السماح باستثناءات قليلة عن القــواعد، والاعـتماد بـشـكـل كـبـيــر علـى قامـوس مخـتار يـتحـكـم فـى المـنــازعــات، " ولكن هذين الكـتـابـيـن ما زالا - علـى الرغم من ذلك - موضـع خـلاف بين الكتاب والنقاد.

وبيـنما تعـتمد مـئات الجـرائد علــى كتابــى الأسـلوب الخاصـين بوكالتــى الأسوشيتدبرس واليونـايتدبـرس انترنـاشيونال، نجد جرائد عديدة تطـور كتبا أو ورقات أو أدلة أسلوب خاصة بها.

ومما قد تتضمنه كتب الأسلوب:

- استعمال الحروف الكبيرة.
- الاختصارات.
- الألقاب والإشارات للأشخاص.
- علامات الترقيم ؛ وتشمل:

- النقطة أو علامة الوقف التام.
- الفاصلة، الشولة.
- الفاصلة المنقوطة.
- النقطتان: علامة التنصيص.
- القوسان ( ).
- علامة التعجب !.
- علامات الاقتباس.
- الشـرطة.

- الهجاء.
- الواصلة.
- الأرقام.
- مصدر القصة وأسماء المحررين.
- المحاكم.
- سياسـات التحريـر التــى تـتعلق بـبعض جـوانب المـضمون (كالجـريمة مثلاً).

ولمعظم الجرائد الأصغر وجرائد المدن الصغيرة، كتاب أسلوب من نوع معين خاص بها، ولجرائد عديدة أصغر وريقات أسلوب ملحقة بها Style sheets تتعامل مع الأسلوب المحلى وتعتمد على أساليب أو كتب وكالات الأنباء كدليل عام لها.

إلى جانب ذلك، هناك أيضًا مجموعة من كتب الأسلوب العامة التى تستخدم بشكل كبير فى صالات التحرير، كدليل عام للأسلوب وبوجه خاص الأسلوب الصحفى.

رابعاً- نظام كفء للمعلومات الصحفية:

المعلومات هى عصب العملية الصحفية بعامة والعملية التحريرية على وجه الخصوص، فهى المادة الخام التى يسعى المحرر الصحفى لجمعها واستكمالها ومراجعتها وتنقيحها وصياغتها، ثم عرضها على المحرر المسئول لكى يقرر صلاحيتها للنشر.

ولكى نفهم مصطلح المعلومات Information ينبغى أن نفرق بينه وبين عدة مفاهيم ومصطلحات أخرى تختلط به وتشكل أيضا المواد الخام للعمل والفكر الصحفى وهى مصطلحات: الحقيقة Fact، والبيانات Data، ثم المعرفة Knowledge والعلم Science، ثم أخيراً الاتصال Communication والإعلام Information، والصحافة Journalism؛ فالحقيقة Fact هى شىء تبين صدقه عن طريق الملاحظة بقدر ما تسمح به القدرة الإنسانية، وكل مجموعة مختارة من الحقائق تشكل ما يعرف عادة بالبيانات أو المعطيات Data التى يمكن استخلاص نتائج منها.

والبيانات أو المعطيات Data هى الجمع لكلمة Datum التى تعنى حقيقة معينة أو بيان معين، وقد تكون مجموعة من الأرقام أو الكلمات أو الرموز أو الحقائق أو الإحصاءات الخام التى لا علاقة بين بعضها البعض، ولا تعطى أى معنى بمفردها، ولم تفسر أو تستخدم بعد، أى ليس لها معنى حقيقى ولا تؤثر

وهذه الحقائق أو المشاهدات أو الرموز أو القياسات التى قد تأخذ صورة أرقام أو حروف أو رموز أو أى أشكال خاصة، لا معنى لها بمفردها مثل: تاريخ ميلاد، رقم معين، تصريح مقتضب، صفة إنسانية، أى أنها مواد خام غير مرتبة أو مقيمة أو مفسرة أو غير معدة للاستخدام، ولكنها إذا قيمت وفسرت ونظمت ورتبت أى عولجت، أو أنها بلغة تكنولوچيا المعلومات تم تشغيلها أو معالجتها أو تناولها، أصبح لها مضمون ذو معنى يؤثر فى الاتجاه ورد الفعل والسلوك الإنسانى، ويقلل من حالة عدم اليقين، فتصبح فى هذه الحالة معلومات.

فالمعلومات إذن هى البيانات التى تمت معالجتها لتحقيق هدف معين أو لاستعمال محدد، أى البيانات التى أصبح لها قيمة بعد تشغيلها أى بعد تحليلها وتفسيرها أو تجمعيها فى شكل له معنى، والتى يمكن تجميعها فى صورة رسمية أو غير رسمية، أو فى أى شكل، وهى تؤدى إلى التقليل من عدم اليقين، وإلى تغيير الحالة المعرفية لشخص تجاه موضوع أو قضية أو موقف معين.

ولكى تعطى البيانات أو المواد الخام، معلومات جيدة بعد معالجتها، لابد أن يتوافر فيها فى الأساس بعض الخصائص أو السمات الأساسية، وهى:

- أن تكون على درجة كبيرة من الدقة وخالية من الأخطاء.
- أن تكون ممثلة لواقع الأشياء حتى تعبر عن حقيقة الأمور.
- أن تكون شاملة دون تفصيل زائد أو إيجاز مخل.
- أن تكون متسقة فيما بينها دون تعارض أو تناقض.
- أن تكون مناسبة للاستخدام زمنياً.

والمعلومات أيضاً هى أساس المعرفة، فمن خلال التراكم اليومى والأسبوعى للبيانات المقومة والمعالجة والمعدة كمعلومات فى موضوعات

Knowledge هـى أساسًـا مجمـوعة مـن المعانــى والمعـتقدات والأحكـام والمفاهـيم والتـصورات الفكـرية التــى تـتكون لـدى الإنــسان نتـيجة لمحاولاته المتكررة لفهم الظواهر والأشياء المحيطة به، وهى تمثل حصيلة جهد أو رصيد خبرة أو المعلومات التى يمتلكها الشخص - أو المجتمع - فى وقت معين، وعلى ذلك قد يختلف رصيد المعرفة لدى الشخص الواحد من وقت لآخر باختلاف كم المعلومات التى يحصل عليها، وكذلك الأفراد بعضهم البعض، والمجتمعات، وهذه المعرفة إذا جمعت بشكل منظم ومنهجى، وكان هدفها هو الوصـف والتفسير والتنبؤ بغرض التحكم فـى الظواهـر المخـتلفة مـن خـلال الوصـول إلــى أحكـام أو تعمـيمات عامـة تأخـذ شـكل الأحكـام أو القوانـين أو النظريات تنتج العلم Science.

ويستخدم مصطلح المعرفة على أنه مصطلح يشمل كلاً من المعرفة العلمية التى يتم الوصول إليها باتباع المنهج العلمى السليم فى التفكير، وكذلك المعرفة غير العلمية التى لا تدخل فى باب العلم كالمعرفة الحسية والميتافيزيقية وبالتالى فمصطلح العلم يعبر عن ذلك الجسد المترابط من المعارف والتى يصل إليها الإنسان عادة باتباع المنهج العلمى.

أمـا الاتـصال Communication فهو عملية يتم من خلالها نقل معنـى أو فكـرة مـن طـرف إلــى آخـر، وجوهـره هـو المـشاركة فـى الأفكـار والمعانــى والمعلـومات مـن خـلال الاتـصال الـشفهى أو المكـتوب أو المـسموع والمرئــى، وأحيانا يتم الاتصال بدون تبادل كلمات أو رسائل بمجرد الإيماءة أو حركة الجسم أو الرموز ذات المعنى المحدد وغيرها من وسائل الاتصال غير اللفظى، ولهذا الاتصال أوجه نشاطه المختلفة مثل الإعلان والدعاية والعلاقات العامة

أما الإعلام Information - وهى نفس كلمة معلومات باللغة اللاتينية - فهو فى الأساس نشاط اتصالى؛ أى يتضمن عملية مشاركة فى المعنى من خلال نقل معلومات معينة من طرف إلى آخر، ولكنه كنشاط اتصالى يتسم بأنه يقوم بتزويد الجمهور بالمعلومات الصادقة والصحيحة عن القضايا والظواهر والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف أو تشويه، بهدف تحقيق أكبر قدر من المعرفة والوعى والإدراك والإحاطة الشاملة لدى الجمهور المتلقى للمادة الإعلامية، وبما يسهم فى تنوير الرأى العام وتكوين الرأى الصائب لديه بصدد الوقائع والموضوعات والقضايا والمشكلات المثارة والمطروحة، وللإعلام وسائله المختلفة ومن بينها الصحافة.

فالمعلومات إذن مادتها الخام هى البيانات، وهى أساس المعرفة والعلم وجوهر عملية الاتصال التى يشكل الإعلام أحد أنشطته الرئيسية، والصحافة هى وسيلة اتصالية أو إعلامية تشكل المعلومات جوهر عملها.

وفى ضوء ما سبق وبالنظر إلى طبيعة العمل الصحفى يمكن القول: إن المعلومات الصحفية هى المعلومات التى تأخذ عادة شكل مجموعة المواد الإعلامية والثقافية كالقصاصات الصحفية والصور الفوتوغرافية والنشرات والتقارير والإحصاءات والمواد السمعية والبصرية الأخرى المنظمة والمحفوظة بشكل يسهل الرجوع إليها واسترجاعها عند الحاجة، وهذه المواد تتضمن معلومات فى شكل أخبار وتحقيقات ومقالات وأحاديث وتقارير وصور فوتوغرافية ووثائق سبق نشر معظمها وبعضها لم يتم نشره، سواء فى الصحيفة نفسها أو فى صحف أخرى، وتلك المعلومات تفيد المحرر الصحفى فى عمله اليومى سواء فى إعداد نفسه لتغطية موضوع صحفى معين أو فى

ويمكن اعتبار الصحيفة بمثابة نظام مفتوح للمعلومات يتضمن داخله مجموعة من الإجراءات والتدابير التى تتخذ يومياً أو أسبوعياً بشكل منظم للحصول على المعلومات ومراجعتها وتجهيزها وتنظيمها وتخزينها ونشر بعضها واسترجاع البعض الآخر فى الوقت المناسب لاحتياجات المحررين الصحفيين، والصحيفة كنظام للمعلومات تتضمن المدخلات وهى المعلومات، وعملية تتضمن داخلها التخطيط التحريرى للتغطية الصحفية، والتغطية الصحفية أو جمع المعلومات من مصادرها المختلفة ومراجعتها واستكمالها، ثم التحرير الصحفى أو صياغة تلك المعلومات بالأسلوب الصحفى المناسب، ثم المخرجات وهى المادة الصحفية المنشورة، وكذلك خدمات المعلومات التى تقدم من خلال قسم أو مركز المعلومات أو بنوك المعلومات الداخلية والخارجية المستفيدة فى الأساس من المادة الصحفية المنشورة.

وقوام الصحيفة كنظام للمعلومات هو كم هائل من المعلومات، ومجموعة من المحررين الصحفيين يتولون معالجتها، ثم جمهور القراء المستفيد من هذه المعلومات أو المستهلك لها، إضافة إلى نظام الحصول على رجع الصدى للعملية التحريرية ككل.

ويحصل المحرر الصحفى على معلوماته من المصادر البشرية وهى الأشخاص، وغير الحية وهى الوثائق والتقارير، كما أنه يحصل عليها من مصادر خاصة به خارج الصحيفة ومن مصادر خاصة بالصحيفة من داخلها أو من خارجها، ويمكن تقسيم المعلومات الصحفية إلى نوعين:

النوع الأول: هو المعلومات الصحفية الأولية أو الراهنة أو الحالية والتى تتسم بالجدة والفورية، وترتبط بالأحداث والوقائع اليومية أو الأسبوعية

النوع الثانى: هو المعلومات الصحفية الثانوية أو المكملة أو المساعدة والتى سبق نشرها وجمعها وتخزينها، ويسهل استرجاعها وتعطى خلفيات أو تفاصيل أو تفسيرات لوقائع راهنة ومعلومات أساسية عن بعض الظواهر أو الوقائع أو المفاهيم وهى محور الصفحات القادمة.

المعلومات الصحفية الثانوية:

جزء ضئيل من هذا النوع من المعلومات السابق الحديث عنه يأتى من خارج الصحيفة من المصادر الحية أو الوثائق، أما الجانب الأكبر فيتم الحصول على معظمه من داخل الصحيفة من خلال قسم أو مركز للمعلومات الصحفية والذى يشكل وبحق الذاكرة الخارجية للمحرر الصحفى، والذاكرة الداخلية للصحيفة تلك الذاكرة التى تقوم بعملية تجميع وتجهيز واختزان للمعلومات بعد تنظيمها، ثم استرجاعها فى الوقت المناسب لاهتمامات المحررين واحتياجاتهم الوقتية، ويتضمن قسم المعلومات الصحفية (أو مركز المعلومات كما يطلق عليه أحياناً) قطاعين رئيسيين هما المكتبة والأرشيف، أضيفت إليهما الآن بعض الوحدات المستحدثة، بالشكل التالى:

أولا- المكتبة الصحفية:

وتضم قطاعين أو جانبين أساسيين هما:

١- **قطاع الدوريات**: ويتضمن أعداد الجريدة أو المجلة التى تصدرها المؤسسة الصحفية مجلدة ومجهزة للاطلاع عليها، إلى جانب الدوريات المحلية والدولية الأخرى، وهناك استفادة من تكنولوچيا المعلومات الآن فى تطوير عملية الحفظ باستخدام المصغرات الفيلمية (الميكروفيلم والميكروفيش)، واسطوانات الليزر، وقد يتم ربطهما بالحاسبات الإليكترونية.

٢- **قطاع الكتب**: ويتضمن مكتبة تضم نوعين من الكتب:

١/٢- الكتب العاديـة: وهـى الكتب التـى قد يقرأها المحرر الصحفى من بدايتها وحتى نهايتها، وتجمع بين الكتب العامة والمتخصصة، وتعار داخل المكتبة وخارجها.

٢/٢- الكتب المرجعية: وهـى الكـتـب التـى لا تقرأ كلها من البـدايـة إلى النهاية، ولكن يرجع المحـــرر إليها لكى يعرف معلومة معينة، للاستفادة بها فـى إعداد موضـوع صـحفى معين وتشمل الكـتـب المرجعية:

١/٢/٢- دوائر المعارف.

٢/٢/٢- القواميس أو المعاجم اللغوية.

٣/٢/٢- معاجم التراجم.

٤/٢/٢- الأدلة.

٥/٢/٢- الكتب السنوية.

٦/٢/٢- الأطالس ومجموعات الخرائط والصور.

٧/٢/٢- مختصرات الحقائق والموجزات الإرشادية.

٨/٢/٢- الكشافات.

٩/٢/٢- البيبليوجرافيات.

١٠/٢/٢- المستخلصات.

١١/٢/٢- قوائم الناشرين.

١٢/٢/٢- المعاجم الجغرافية.

١٣/٢/٢- الرسائل العلمية.

ثانياً- الأرشيف الصحفى:

وهو مكون رئيسى من مكونات ذاكرة الصحفى الخارجى وذاكرة الصحيفة الداخلية، ويتضمن:

١- **أرشيف المعلومات**: ويضم قصاصات من الصحيفة أو الصحف الأخرى، وتقارير ونشرات ونصوص صحفية لم تنشر، مصنفة ومرتبة بشكل يسهل استرجاعها ويغطى كل اهتمامات الصحيفة، وينقسم داخليا إلى:

١/١- معلومات عن أشخاص.

٢/١- معلومات عن موضوعات.

وقد تم الآن الاستفادة من تكنولوچيا المعلومات فى تحميل محتويات القصاصات أو القصاصات نفسها مصورة على ذاكرة الحاسبات الإليكترونية.

٢- **أرشيف الصور**: ويضم الصور الفوتوغرافية المنشورة وغير المنشورة فى الصحيفة فى شكلها الأصلى أو على شكل كليشيهات أو أفلام سالبة أو موجبة. وتنقسم الصور إلى:

١/٢- صور أشخاص.

٢/٢- صور موضوعات.

وإلى جانب ما سبق، هناك حفظ منظم للرسوم اليدوية التعبيرية والتوضيحية والساخرة.

مما سبق يتضح لنا التكوين التقليدى لقسم المعلومات الصحفية فى الصحيفة، أما الآن فقد أضيفت إليه بعض المكونات الجديدة المستعان فيها بتكنولوچيا المعلومات المتطورة، وأصبح يطلق عليه مركز المعلومات الصحفية، وأحياناً مركز المعلومات الصحفية والبحوث بحيث أصبح يضم إلى جانب القطاعين السابقين وهما المكتبة والأرشيف القطاعات التالية:

* وحدة إعداد البحوث.
* وحدة إعداد المستخلصات.
* وحدة إعداد البيبليوجرافيات.
* وحدة إعداد الكشافات.
* وحدة الترجمة.
* وحدة النشر.
* وحدة إنتاج المصغرات الفيلمية.
* وحدة الحاسبات الإليكترونية.
* وحدة اسطوانات الليزر.
* وحدة الاتصال الخارجى مع بنوك وشبكات وقواعد المعلومات الداخلية والخارجية.

ملخص الوحدة الثانية

يناقش هذا الفصل المتطلبات الأساسية التى يرتكز عليها التحرير الصحفى كعملية فنية صحفية، وكخطوة من خطوات إصدار الصحيفة من خلال تناوله لمفهوم السياسة التحريرية Editorial Policy والعوامل المختلفة المؤثرة عليها سواء العوامل المباشرة (الأيديولوچية، ظروف العمل الصحفى، الجوانب الاقتصادية، تكنولوچيا الصحافة، الجهاز التحريرى، عملية حراسة البوابة ، الجمهور).

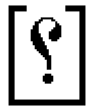
وكذلك العوامل الوسيطة والتى تتضمن الفلسفة العامة للاتصال فى المجتمع، حجم الحرية المتاحة، معايير السلوك المهنى.

إلى جانب العوامل غير المباشرة ، التى تؤثر على هذه السياسة ، وهى الظروف السياسية ، والاقتصادية ، والاجتماعية للمجتمع ، والسياسة العامة للدولة.

كما تناول هذا الفصل كيفية تعرف الصحيفة بشكل مستمر ومنظم على جمهورها وتحديد سماته.

ويعرض الفصل أيضاً لمفهوم الكتابة المقروءة وكيفية قياس المقروئية ودور كتب وأدلة الأسلوب فى تحقيق الاتساق والوحدة فى الأسلوب الصحفى المستخدم فى الصحيفة.

وأخيـراً ، يتـنـاول الفـصل نظـام المعلـومات فـى الـصحيفة بـشقيه المكتـبة والأرشيف الصحفى باعتباره عصب العملية الصحفية بعامة والعملية التحريرية على وجه الخصوص.



أسئلة على الوحدة الثانية

س١ صحِّح العبارات التالية مبرراً ذلك بأسلوب علمى:

- السياسة التحريرية هى المبادئ التى تلتزم بها الصحيفة وتدافع عنها وهى تعكس مصالح جماعة معينة واهتماماتها الاجتماعية والأخلاقية والسياسية.
- المقصود بعملية حراسة البوابة الطريقة التى يدار بها عمل الجهاز التحريرى لتحقيق التجانس والتنسيق من خلال اجتماعات متعددة.
- تمثل مواثيق أخلاقية المهنة شكلاً من أشكال القيود غير المباشرة على الصحافة وتحدد كيفية معالجة بعض الموضوعات وقائمة ببعض الوقائع أو المعلومات المحظور نشرها.
- المعلومات هى عملية يتم من خلالها نقل معنى أو فكرة من طرف إلى آخر وجوهرها المشاركة فى الأفكار والمعانى من خلال الاتصال الشفهى أو المكتوب أو المسموع أو المرئى.

س٢ وضح العلاقة العلمية بين المفاهيم التالية:

* السياسة التحريرية واتخاذ القرار التحريرى.
* جمهور الصحيفة وسياستها التحريرية.
* مقروئية الصحيفة وأدلة الأسلوب.
* المعلومات والتحرير الصحفى الجيد.

س٣ أكمل ما يلى:

- تؤثر على السياسة التحريرية مجموعة متشابكة من العوامل بعضها مباشر مثل .... و .... و .... وبعضها غير مباشر

- من المشاكل الاقتصادية التى تواجه الصحافة .... ، ويمكن مواجهة هذه المشكلة عن طريق .... و ....
- الكتابة المقروءة هى .... ومن بين الأمور التى تجعل الصحيفة أكثر مقروئية .... و .... و ....
- أساس نظام المعلومات فى الصحيفة ....، وتنقسم هذه المعلومات إلى .... و ....، وللصحيفة قسم للمعلومات الصحفية يتضمن قطاعين هما .... و ....

أنشطة يقوم بها الدارس

١- من خلال متابعة علمية دقيقة لسبعة أعداد من صحيفتك المفضلة حاول أن تحدد أهم ملامح سياستها التحريرية.

٢- اختر مقالاً لأحد كبار الكتاب فى صحيفتك التى تحرص على مطالعتها واجتهد فى إعادة كتابته ليصبح أكثر مقروئية فى ضوء الأسس العلمية التى درستها للأسلوب الصحفى المقروء.

٣- اختر حواراً صحفياً أو تحقيقاً صحفياً منشوراً فى إحدى الصحف، واقترح إمكانية الاستفادة من قسم المعلومات الصحفية فى تطويره واستكمال تفاصيله وخلفياته أو التحرى عن مدى صدق ما ورد به من معلومات.

مراجع للاستزادة حول موضوع الوحدة الثانية

١- إجلال خليفة: ***الصحافة - دار الطباعة الحديثة***، القاهرة، ١٩٧٦.

٢- إجلال خليفة: ***علم التحرير الصحفى وتطبيقاته العملية فى وسائل الاتصال بالجماهير*** - الأنجلو المصرية، ١٩٨٠.

٣- توماس بيرى (ترجمة مروان الجابرى) ***الصحافة اليوم (تطورها وتطبيقاتها العملية)*** مؤسسة أ. بدران، بيروت (لبنان) ١٩٦٤.

٤- جلال الدين الحمامصى - ***من الخبر إلى الموضوع الصحفى*** - دار المعارف، ١٩٦٤.

٥- إبراهيم إمام - ***دراسات فى الفن الصحفى***، الأنجلو المصرية، ١٩٧٢.

٦- محمود علم الدين: ***الفن الصحفى فى المجلة العامة***، العربى للنشر والتوزيع، ١٩٩٢.

٧- محمود علم الدين: **التوثيق الإعلامى - التطورات التاريخية - والجوانب الفنية**، القاهرة، العربى للنشر والتوزيع، ١٩٩٠.

8- Mac, Dougall, Curtis D., ***Interpretative Reporting***, The Macmillan Company, New York, 6th Edition, 1972.

9- Baskette, Floyd K., ***The Art of Editing***, The Macmillan Company, New York, 3rd Edition, 1982.

10- Specer, Crump, ***Fundament of Journalism***, McGraw Hill Book, U.S.A, 1974.

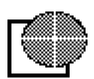
11- Kennedy, George and Others, ***News Reporting and Writing***, Martnis Press, New York, 1980.

12- ***The New York Times Manual of Style and Usage***, New York, Times Books.

13- ***The Washington Post Desk Book on Style***, New York, McGraw Hill.

الجزء الثانى

تحــرير الجـريدة



الوحدة الثالثة

التخطيط لتحرير الجريدة

الأهداف:

بعد دراسة هذه الوحدة، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن:

١- يميز الاختلافات الأساسية بين الصحفى والباحث العلمى.

٢- يحدد أوجه التشابه بين الصحفى والباحث العلمى.

٣- يفهم مبررات استخدام أدوات البحث العلمى الاجتماعى فى العمل الصحفى.

٤- يتعرف على مستويات الاستفادة الصحفية من مناهج البحث العلمى الاجتماعى.

٥- يوظف بعض تقنيات البحث العلمى الاجتماعى فى العمل الصحفى.

٦- يقيم الأخلاقيات المهنية المتصلة باستخدام تقنيات البحث العلمى الاجتماعى فى العمل الصحفى.

٧- يفهم الأساليب الجديدة للتغطية الصحفية.

٨- يحلل استخدام بعض أساليب التغطية الصحفية الجديدة فى الصحف المصرية.

العناصر:

١- الصحفى والباحث العلمى: الاختلافات وأوجه التشابه.

٢- مبررات الاتجاه نحو استعمال أدوات البحث العلمى الاجتماعى فى العمل الصحفى.

٣- مستويات الاستفادة الصحفية من مناهج البحث فى العلوم الاجتماعية: الخطوات المنهجية، التقنيات.

٤- الأساليب الجديدة للتغطية الصحفية: التغطية التفسيرية، التغطية الاستقصائية، تيار صحافة الخدمات، تيار الصحافة الجديدة.

٥- ملخص .

٦- أسئلة .

٧- أنشطة .

٨- مراجع .

الوحدة الثالثة

التخطيط لتحرير الجريدة

تتعلق هذه الجوانب الخاصة بالتخطيط والتفكير للتحرك الصحفى ؛ أى بكيفية أو أسلوب الصحفى فى اختيار موضوع معين، والتخطيط لتغطيته من كل المصادر، وتوجيه عمل الفريق الصحفى، وكيفية جمع المادة أو المعلومات الصحفية، وتصنيفها ثم تحليلها واستخلاص النتائج منها، إنها جوانب الفكر أو الرؤية أو التخطيط الصحفى.

أولا - استعمال أدوات البحث العلمى الاجتماعى فى جمع المادة الصحفية وتصنيفها وتحليلها:

يصف البعض العمل الصحفى - خاصة التغطية التفسيرية والتغطية الاستقصائية - بأنه بحث علمى لم يكتمل، أو بحث علمى ينقصه التدقيق فى اختيار منهج جمع المعلومات أو أسلوب التحليل والتقييم، فى حين يرى البعض النقيض، وأن ما يفعله الصحفى هو ما لا يجب أن يفعله الباحث العلمى، بل يصل البعض إلى حد اعتبار أن خطوات الصحفى ورؤيته فى التفكير والسلوك ينبغى أن تكون البداية التى يجب أن تدرس فى مقدمات مناهج البحث لكى يتجنبها أى باحث علمى يريد النجاح فى عمله.

فما هى الحقيقة فى ذلك؟ وما الصلة بين الصحفى والباحث العلمى؟ وما وظيفة كل منهما ؟ وما أوجه الاختلاف ؟ وهل هناك أوجه تشابه؟ ولماذا تثار هذه الدعوة ويشتد مثل هذا التيار لاستعمال أدوات البحث العلمى فى العمل الصحفى، فى جمع المادة الصحفية وتصنيفها وتحليلها والوصول إلى خلاصات منها.

الصحفى والباحث العلمى - الاختلافات الأساسية:

الدور التقليدى للصحفى هو تقديم تقرير حالى للقراء عن الأحداث الراهنة التى هى إما مهمة أو ممتعة أو كلاهما، وتحديد أى أحداث مهمة أو ممتعة بشكل

Bruce Markon : "هذا بعض مما حدث" ؛ وليس تعبير Walter Crankite المعلق التليفزيونى الأمريكى المعتزل : "وهذا هو ما حدث".

وفى بعض الأوقات يحاول الصحفيون الذهاب إلى ما وراء التقرير البسيط عن حدث، ويحاولون وضع هذا الحدث فى إطار يعطيه معنى من خلال الافتتاحيات والأعمدة والتغطية الاستقصائية.

بينما يكون دور الباحث العلمى هو الوصول إلى معرفة علمية جديدة تأخذ شكل قوانين أو تقارير عامة.

فالفارق الرئيسى بين البحث العلمى والمادة الصحفية أو الإعلامية لا يكمن فقط فى إمكانية الاعتماد على معلومات ونتائج البحث العلمى ولا التقنيات الخاصة بنشر تلك المعلومات، بل إنه يتعلق بمجال المعلومات.

فالباحث العلمى يتجاوز الواقع الخارجى، والأحداث اليومية، ليصل إلى الآفاق البعيدة فى المكان والزمان، وهو يتطلع إلى اكتشاف القوانين التى تحكم كل الحقائق ومعرفة العالم بالقوانين الكونية هى التى تمكنه من أن يمسك بالحقائق البعيدة.

والهدف الأساسى للعلم هو بناء نظرية، والنظرية، ببساطة هى تفسير مع بعض التعميم، فالباحث العلمى ينظر إلى عدد من الأحداث الخاصة ويهدف إلى إيجاد مبدأ لتفسيرها.

والوسائل الاتصالية الإخبارية (ومن بينها الجريدة اليومية) ترتبط بشكل مميز بحقائق وأحداث مفردة وخاصة ومعاصرة، ومحلية، مرتبطة

فوسائل الاتصال الجماهيرية - على حد تعبير الباحث الاتصالى الأمريكى ليوبوجارت- تخلق الاهتمام أو المتعة بالتركيز على الأفراد فى حين أن العلوم الاجتماعية تتعامل مع الأفراد كحالات قابلة للدراسة فقط.

الصحفى والباحث العلمى - أوجه التشابه:

هناك أوجه تشابه أساسية بين الصحفى والباحث العلمى من حيث المبدأ أو الأهداف العامة ومجال العمل لكل منهما، ولكن يظل الخلاف الأساسى بينهما فى المنهج، وأهم أوجه التشابه هى:

١- محاولة وصف الحقيقة من خلال تحليل الظواهر الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وجوانب سلوك الفرد وحركة المجتمع.

٢- وجود قاعدة أو أساس تجربى (إمبريقى) Empirical وهو المدخل المنهجى الذى يعتمد على الملاحظة أو التجربة المباشرة.

٣- الاعتماد على التحرى Verification كمدخل لجمع البيانات والحقائق.

٤- الاعتماد بشكل أساسى على اكتشاف دليل (برهان) يتم من خلاله الوصول إلى تقارير أو بيانات، أو أحكام، وهذا الدليل أو البرهان يمكن أن يتنوع من ملاحظة المحرر الأولية لحدث مثل محاكمة قاتل، إلى الاختبار المفصل لفرض عن العدوانية فى معمل من معامل علم النفس، ففى الحالتين: الأساس إمبريقى (تجربى)، وتظل التقارير أو البيانات Statements أساساً يعتمد على الملاحظة والموقف المتسم بالموضوعية. والموضوعية من الناحية المنهجية عملية اتفاق مراقبين أو ملاحظين أو أكثر على وصف شيء: تجربة أو إجراء أو قياس، هنا يوصف هذا الشيء بأنه موضوعى.

والموضوعى فلسفياً: هو ما تتساوى علاقته بجميع المشاهدين (الملاحظين) برغم اختلاف الزوايا التى يشاهدون منها، ومن هنا وجب أن تكون الحقائق العلمية مستقلة عن قائلها، بعيدة عن التأثر بأهوائه وميوله ومصالحه فتتحقق فى البحث العلمى الموضوعية والنزاهة. وبالنسبة للصحفى، يعنى ذلك الوصول إلى تقارير أو بيانات أو أحكام Statements، يمكن تحرى دقتها، ويصف عالم الدلالة SI Hayakawa هذه التقارير أو البيانات أو الأحكام بأنها Reports أى تقارير إخبارية أو واقعية أو حالية، وهى بذلك تختلف عن نوعين آخرين من التقارير، الأول: الأحكام Judgments وهى تعبير عن القبول أو الرفض، والثانى: الاستنتاج Inference، أى تقرير أو بيان عن غير المعروف يستنتج من خلال المعروف، وهما مجال عمل البحوث العلمية ونتاجها، فى حين أن النوع الأول Statements خاص بالمحرر الصحفى.

وهنا ينصح الصحفيون من دعاة المنهجية العلمية وخبراء العلوم الاجتماعية الصحفيين بالانحياز إلى التقارير Reports حيث يؤدى الاعتماد على الأحكام والاستنتاجات، بما يعقبها من اختيار لتفاصيل معينة إلى خلق انطباع معين، وكثير من الاتهامات الموجهة إلى مجلة Time الأمريكية سببها استعمالها الواسع للأحكام والاستنتاجات.

وبداية عمل كل من الصحفى والباحث العلمى واقعة أو مشكلة أو ظاهرة، ثم بحث عن تفسير لهذه الواقعة أو المشكلة أو الظاهرة من خلال وضع تصور أو فرض، ثم جمع المعلومات المتعلقة بالموضوع، ولكن الاختلاف والفارق بين الصحفى والباحث العلمى هو مدى الأمانة فى جمع المعلومات وتحليلها وتفسيرها وأسلوب جمع المادة أو المعلومات، وهذا ما يدفع الباحث العلمى إلى التشكك فى نتائج أى موضوعات صحفية تنشر فى الجريدة - مثلاً - لشكه فى منهجية البحث وأداة جمع البيانات وأسلوب التحليل.

ولكن لماذا تثار الدعوة إلى استعمال أدوات البحث العلمى الاجتماعى فى المجال الصحفى؟ هناك أكثر من تفسير لذلك؛ ومن أكثر تلك التفسيرات أهمية تفسيران هما:

الأول- منافسة الوسائل الاتصالية الأخرى الإليكترونية والمطبوعة للجريدة:

أثر التليفزيون على الصحافة الأمريكية تأثيراً كبيراً، ففى الستينيات دمر المجلات المصورة العامة واستولى على ميزانيات الإعلان التى كانت توجه لها، وفى السبعينيات وضع التليفزيون الجرائد فى وضع سيئ ، فقد استولى على بعض إعلاناتها وعلى جزء من جمهورها، وجمد أرقام توزيعها عند أرقام الستينيات، وعادت المجلات العامة مرة أخرى - منافسة للجريدة - أكثر تخصصاً وتعمقاً وتحليلاً وتفسيراً لموادها الصحفية، إلى جانب أن عادات الجمهور قد تغيرت، فزادت نسبة الناضجين والمتعلمين، وأصبح الحل الوحيد أمام الجريدة هو مزيد من التعمق فى المادة الصحفية لمواجهة المادة المتخصصة المتعمقة التى تقدمها المجلات، فضلاً عن منافسة المادة الإعلامية المصورة المتحركة الحية السريعة التى تقدمها محطات التليفزيون، من خلال إعطاء مزيد من العمق للموضوعات، والسعى لوضعها فى إطار عريض يعطيها معنى، لكى يحس القارئ بالفارق بينها وبين منافساتها من الوسائل الاتصالية، وعن طريق مزيد من التفسير والاستقصاء والتحرى والرجوع إلى الخلفيات والوصول إلى الأسباب والدوافع؛ أى عمل أشبه ما يكون بالدراسة العلمية.

الثانى- الأخطاء والمغالطات الصحفية اليومية:

يقدم المحررون الصحفيون من وقت لآخر، وأحياناً يوميا ، الدليل على أنهم فى حاجة إلى دراسة مناهج البحث العلمى من البداية، كى لا يقعوا فى تلك الأخطاء والمغالطات اليومية التى يقعون فيها تقريباً كل يوم باسم "العلم" و"المنهج العلمى"، الذى يظنون أنهم قد استوعبوه فى حين أنهم يخالفونه بشكل

١- **التعميم من عينة غير ممثلة:** ويحدث هذا عندما يعتقد المحرر الصحفى أن ما حدث فى مكان ما أو أن واقعة معينة هى القاعدة، ويقوم بتعميم ما حدث على أنه يمثل كل الاتجاهات، فى الوقت الذى تكون هذه العينة التى تم تعميمها تجربة ذاتية.

٢- **إساءة استخدام كلمة "عشوائية" :** فبعض الصحف تقوم بعمل استقصاءات عن ردود فعل بعض التجمعات الجماهيرية بالنسبة لخطاب أو قرار أو حدث، ثم تعلن نتائج هذه الاستقصاءات مشفوعة بقولها: "أظهرت هذا عملية مسح للجمهور مبنية على العشوائية"، بينما يكون الموضوع الصحفى المنشور عبارة عن مجموعة من الأقوال المقتبسة من الجمهور لا تحوى أى معلومات عن المجتمع الذى تم دراسته أو حجم العينة، والسبب هو عدم فهم بعض المحررين الصحفيين أن كلمة "عينة عشوائية" لا تعنى المعنى اللفظى لها وهو العشوائية، بل لها معنى اصطلاحى "علمى" آخر، فالعينة العشوائية هى العينة أو المجموعة المختارة من المجتمع الأصلى التى تتيح لكل أفراد هذا المجتمع فرصة الظهور فى العينة، وهى لا تتقيد بنظام خاص أو ترتيب معين مقصود فى الاختيار، وبذلك تضمن لجميع المفردات فرصاً متساوية، والطريقة العادية لسحب العينات العشوائية هى: كتابة أسماء أو أرقام أفراد المجتمع فى أوراق صغيرة وخلطها تماماً ثم اختيار العدد المطلوب من هذه الأوراق دون تمييز بين الأوراق المختلفة، أو من خلال جدول الأرقام العشوائية، وهو عبارة عن جدول مبيناً فيه أرقام موضوعة دون أى ترتيب أو تعمد، فيؤخذ من الجدول عدد من الأرقام يعادل العدد

٣- **إجراء استقصاءات رجل الشارع Man in the Street Polls**: وهى نموذج نمطى يتكرر فى الصحافة - منذ نهاية القرن الماضى - ويتم خلاله اختيار عينة على أساس غير علمى، بحيث تكون غير ممثلة، وتوجيه أسئلة لها حول بعض الموضوعات، ثم نشرها فى شكل موضوع صحفى، لا يزود بأية معلومات كمية، ولا يذكر عدد الناس الذين قابلهم الصحفى، بل يكتفى بمجرد توصيف عام لهم مثل: "الرجال والنساء فى محافظة ......" أو "جماهير منطقة ...." ، وأحياناً يورد حجم العينة ونسب الموافقة أو عدم الموافقة، ولكنها لا تكون ممثلة علميا .

٤- **الوصول لاستنتاجات سببية غير صحيحة:** فى أحيان كثيرة، خاصة فى الموضوعات ذات الطابع التفسيرى والاستقصائى، تصل الجرائد إلي استنتاجات لأحكام وتقريرات وبيانات بدون أى سند علمى صحيح، حيث تقرر الجريدة أن هذا الشيء يسبب حدوث ذلك الشىء، من خلال ملاحظات بعض الأشخاص، أو من خلال المقارنة بموقف سابق، أو لاقتناع رئيس التحرير أو المحرر الصحفى بهذا السبب.

٥- **افتراض أنه بسبب أن شيئًا ما يسبق حدثًا**، فإن هذا الشىء هو سبب الحدث، ويعرف ذلك منهجياً بالمصطلح التالى Post hoc ego proter hoc أو "بسبب أن شيئاً ما يسبق، فهو سبب الحدث" ويفسر من خلالها الحدث بالمتغير الذى سبقه مع إغفال كل المتغيرات الأخرى.

ويحدث هذا فى الصحافة كثيراً، كأن تذكر الصحف مثلاً عن شاب اتهم بالاعتداء على طفلة أنه كان يقرأ مجلات جنسية، أو يذهب إلى أماكن عرض الأفلام الفاحشة، فيصل إلى ذهن القارئ أن هذا هو السبب، أو ما فعلته الصحافة

Lee Harvy Oswald . فقد راجعت بعض الجرائد قائمة الكتب التى استعارها من المكتبة العامة قبل الاغتيال، ونشرت عنها تقريرا ، فأوقعوا أنفسهم فى الخطأ. فعلى الرغم من عدم إعلانهم صراحة أن دوافعه للقتل من بينها قراءة هذه الكتب، أو أنه شخص عدوانى بدليل قراءاته لهذه الكتب، إلا أن رد الفعل المنطقى عند القراء كان تكوين هذه العلاقة السببية بين الكتب وجريمة القتل.

الاستفادة الصحفية من مناهج البحث فى العلوم الاجتماعية:

هذه الاستفادة يمكن أن تكون على مستويين متوازيين:

المستوى الأول: الاستفادة من الخطوات المنهجية للبحث العلمى فى التصدى لموضوع معين:

وهى عبارة عن مجموعة من المراحل التى تتميز بالتسلسل والتتابع من ناحية والتداخل والترابط من ناحية أخرى، وتتضمن:

١- الإحساس بالمشكلة، من خلال الملاحظة المتعمقة والتجربة وخبرة الباحث وكثرة الاطلاع والتعرف على وجهات النظر المختلفة فى المشكلات والنظرة الناقدة.

٢- دراسة المشكلة وتحليلها وصياغتها.

٣- فرض الفروض أو وضع مجموعة من التساؤلات التى يسعى البحث إلى الإجابة عنها.

٤- تحديد نوع البحث.

٥- تحديد طرق جمع البيانات وتصميمها.

٦- المعالجة الإحصائية للمشكلة؛ بمعنى تفسير وعرض المشكلة فى شكل إحصائى رياضى يسهل معه اختيار العينات وتفسير نتائجها للوصول إلى الاستنتاج العلمى السليم.

٧- جمع البيانات وفقاً للطرق التى تم تصميمها لهذه العملية.

٨- المعالجة الإحصائية للبيانات التى تم جمعها.

٩- استخدام النتائج المحددة التى انتهت إليها الدراسة، والتفسير المنطقى لها، لاختبار مدى صحة الفروض، أو للإجابة عن التساؤلات التى طرحها البحث.

١٠- التعميم، من خلال تعميم النتائج التى توصل إليها الباحث من دراسته الخاصة على المجتمع الأصلى.

١١- التنبؤ، ويعنى استخدام الفروض والنتائج التى ثبتت صحتها للتنبؤ بأحداث معينة فى مواقف جديدة أو مقبلة، بحيث يؤدى هذا التنبؤ إلى مواجهة المشكلات الجديدة قبل أن تحدث.

المستوى الثانى: الاستفادة من أهم سمات المنهج العلمى:

لا يمكن لأحد أن يخمن أو يفترض أو يدعو إلى أن يستعمل الصحفيون المنهج العلمى فى جمع المادة الصحفية وتصنيفها وتحليلها ثم صياغتها، ولكن يمكن الاستفادة من بعض سمات المنهج العلمى فى تحسين طرق جمع المادة، أو البيانات الصحفية، وتصنيفها وتحليلها والوصول إلى خلاصات من أهمها:

١- التكميم والقياس Quantification and Measurement: هناك اتفاق على أن استعمال الأسلوب الكمى الذى يعتمد على الأرقام أو التكميم أمر مهم للتفكير العلمى، وأن الباحث العلمى إذا لم يستطع أن يقيس، فإن معلوماته تصبح هزيلة وغير مرضية، فالأسلوب الكمى يعطى للباحث مزايا عديدة أهمها:

* السماح للباحث أن يقرر بشكل أكثر تحديداً ويسمح بتمييزات صحيحة.
* إعطاء فرصة لمقارنات كثيرة.
* تلخيص أو اختصار المادة.
* تمكين الباحث من التعامل مع حقائق ليست قابلة للمواجهة بشكل مباشر.

* السماح باستعمال التقنيات الإحصائية والرياضية، وعملية الاستنتاج الإحصائى فى نظام قوى للوصول إلى خلاصات تعتمد على المعلومات الكمية.

٢- الثبات والصدق فى القياس Reliability & Validity: والثبات فى القياس يعنى المدى الذى يظل فيه القياس صحيحاً فى حالة تكراره؛ بمعنى أنه: هل إذا استعمل ملاحظان مختلفان أداة القياس نفسها، يصلان إلى النتائج نفسها، أما الصدق فى القياس فيعنى إلى أى مدى تقيس أداة البحث ما يفترض أنها تقيسه، ومن بين وسائل أو صيغ صحة القياس مثلاً هو توافق درجات الطلاب الذين يسألون عن المادة التى قرأوها حالاً مع درجات فهم القراءة.

والثبات والصدق فى القياس يمكن تطبيقهما - ليس فقط على القياس العلمى - بل أيضاً كمعايير لتقدير أى معلومات، ويمكن للصحفى أن يستفيد من هذه المصطلحات كملاحق للمصطلح الأكثر استعمالاً وهو الدقة Accuracy.

وبالفعل يدرك الصحفيون أنفسهم أهمية الثبات، على الرغم من أنهم قد لا يذكرونه بالاسم ذاته، فالمفاهيم الصحفية للموضوعية Objectivity والإسناد Attribution أو نسبة الأخبار أو الوقائع إلى المصادر، تتصل بمفهوم الباحث العملى للثبات Reliability، فالموضوع الإخبارى الذى يوصف بالموضوعية هو الذى يمكن قبوله بواسطة شخصين مختلفين، يقفان مثلاً على جانبين متناقضين فى قضية جدلية.

وأحد المصادر الممكنة لعدم الصحة التى تكمن فى الأحاديث الصحفية هو الـ Reactivity أو وعى المصدر بأنه يتم استجوابه، خاصة عندما يسعى الصحفى إلى معلومات عن أفعال غير أخلاقية، غير قانونية، أو مرفوضة اجتماعيا ، هنا قد لا يصل الصحفى إلى معلومات صحيحة.

٣- النظرية Theory: النظرية هى إطار فكرى يفسر مجموعة من الحقائق العلمية ويضعها فى نسق علمى مترابط، ولها دور فى البحوث العلمية، وقد تكون قبلية فتعمل كموجهات أساسية للبحوث سواء

وبالطبع ليس هدف المحرر الصحفى الممارس بناء نظرية علمية منظمة، مع أن النظرية يمكن أن تكون مفيدة للصحفى - مثلاً - فى توجيه خط سير التحقيق الصحفى، والنظرية المفسرة لظاهرة ما فى العلوم السلوكية - مثلاً - تستطيع مساعدة الصحفى فى تقرير ما هو مهم ويستحق النظر فى السلوك الإنسانى وما ليس كذلك.

ويوصى John W. Riley الصحفيين وعلماء الاجتماع أن يتفقوا بشكل متبادل على نظرية أو نظريات يمكنها استثارة واستمالة استعمالات أكثر إبداعاً من جانب الاتصال للعلوم السلوكية، ومثل هذا الجهد يحتاج ألا يكون محدوداً أو شكلياً فمثلاً يمكن استخدام نظرية السلوك المنحرف - بشكل تقليدى - فى تغطية الأحداث المتصلة بالجريمة والعلاقات السلالية والاضطرابات العقلية أو إدمان العقاقير وغيرها.

٤- فرض الفروض واختبارها: Hypothesis formulating and testing: والفرض هو تعميم مبدئى تظل صلاحيته موضع اختبار، أو هو أفضل حل متاح لمشكلة ما، أو أفضل تفسير لحقيقة غير معروفة، ويمكن إخضاعه للبحث العلمى، ويحتوى على علاقة بين متغيرين أو أكثر، وتلك العلاقة تصورية، ويمكن اختبارها تجريبياً وهو يفيد فى:

- توجيه الباحث إلى الحقائق التى يجب أن يبحث عنها وتركيز جهوده.
- المساعدة فى الكشف عن العلاقات الثابتة القائمة بين الظواهر.

والفرض العلمى فى ذاته عملية تخمين، مبنية على المعرفة العلمية والدراسة الاستطلاعية للموضوع ويتميز بالدقة والتحديد فى الصياغة، فى حين أن التخمين مجرد أفكار مبدئية تتولد فى عقل الفرد من خلال الملاحظة العابرة.

والمحرر الصحفى عادة لا يسير وراء فرض علمى ولكنه يسير أحياناً وراء مجرد تخمين، فى حين أنه ينبغى أن يكون لدى الصحفى بعض الفروض عما هو مهم بالنسبة لموضوع ما؟ وما يعتبر غير مهم، وإلا سيكون من الصعب عليه معرفة من أين يبدأ البحث عن المعلومات، ويكون هذا الفرض، أو الفروض فى شكل تصورات أو تخمينات غير مقررة Unstated Assumptions، بحيث يمكن استخلاص متطلباتها وانعكاساتها الكاملة، ويمكن استعمالها للملاحظة المباشرة، ولكن على الصحفى - كما هو على الباحث العلمى - أن يتجنب اعتبار الفروض قضية علمية عليه أن يدافع عنها، وبالتالى يركز على الحقائق التى تؤيدها، ويستبعد ما يضعفها، فلا ينبغى أن يخضع التجربة للفرض، وإنما ينبغى أن يخضع الفرض نفسه للتجربة.

٥- الاستنتاج السببى Causal Inference: وهو يختلف عن الاستنتاج السببى لمعنى أحداث كل يوم، والاستنتاج السببى لمعنى أحداث كل يوم Cause in the everyday sense هو الذى يتضمن واقعة تحوى بوجه خاص تشكيلاً وتوجيهاً واضحاً لحركة الأشياء وسيرها بواسطة كائنات أو أشياء أخرى مثل فشل البنك بسبب شائعات لا أساس لها من الصحة عن حقيقة عملائه، تقييد الجليد لحركة مواصلات المدينة، وأيضاً عن الاستنتاج بالمعنى التاريخى، وكلاهما يشير إلى السبب فى حادث خاص، أحداث محددة الوقت والمكان.

ولكن الاستنتاج السببى علميا ، أو التقارير السببية فى العلم تأخذ شكل تقارير عامة بدلاً من تقارير عن حدث معين محدد فى الوقت والمكان، مثال ذلك: "الإحباط يولد العدوانية" و"الحاجات والقيم تؤثر على عملية الإدراك" فهى لا تشير إلى حدث يقع فى مجال زمانى أو مكانى محدد، بل تتخطى المكان والزمان.

والباحث العلمى مطالب بثلاثة أنماط من الأدلة قبل أن يفسر السبب ويقدم الاستنتاج السببى هى:

النمط الأول: دليل عن تغير مصاحب، أو أن المتغير السببى (المستقل) والمتغير التابع مرتبطان.

النمط الثانى: دليل أن المتغير التابع (التأثير) لم يحدث فى وقت قبل المتغير السببى (المستقل).

النمط الثالث: دليل يستبعد عناصر أخرى كعوامل قد تؤثر على المتغير التابع (المعتمد).

ويلاحظ أن المحرر الصحفى مغرم عادة باستعمال كلمة "سبب"، خاصة فى الموضوعات المرتبطة بالرأى والاستقصاء والتفسير ولكنه يستعملها بمفهوم (سبب كل يوم) و(السبب التاريخى) أما التفسير السببى الذى يقوم على الاستنتاج السببى، فيتطلب أن يسأل الصحفى نفسه كيف يستطيع الحصول على هذه الأنماط الثلاثة السابقة من الدليل، وأفضل أسلوب علمى لاختبار السببية هو التجربة المتحكم فيها... Controlled Experiment بسبب أنها تجمع فوراً برهاناً من كل الأنماط الثلاثة.

صحافة التحديد Precision Journalism:

تجسد التطبيق العلمى لهذا التيار الصحفى الجديد الذى يدعو لاستخدام مناهج البحث العلمى الاجتماعى وأدواته فى العمل الصحفى، فى مدرسة صحفية بدأت فى أواسط الستينيات من القرن العشرين هى "صحافة التحديد، دعا إليها ووضع أسسها النظرية وقدم تطبيقات مهمة لها فى الجرائد الأمريكية المحرر الصحفى Philip Meyer، الذى عمل أستاذاً للصحافة بجامعة نورث كارولينا، بدأ حياته كصحفى تقليدى، وكانت نقطة التحول فى حياته الصحفية حصوله على منحة زمالة فى جامعة هارفارد عام ١٩٦٧، عاد بعدها ليعمل فى Knight كمراسل ومحرر قومى، وبدأ أيضاً فى تأليف كتابه "صحافة التحديد:

وتقوم هذه المدرسة الصحفية - مدرسة صحافة التحديد - على جانبين مهمين:

الأول: الاستعانة بخلاصات وأدوات العلوم الاجتماعية - خاصة العلوم السلوكية فى تخطيط التحرك الصحفى، وفى جمع المادة الصحفية وتصنيفها وتحليلها والوصول إلى خلاصات منها.

الثانى: استخدام الحاسبات الاليكترونية - لكثرة البيانات التى يتم جمعها وصعوبة فرزها وتصنيفها يدوياً - فى عملية تحليل معلومات وبيانات الموضوعات الصحفية واستخراج العلاقات بينها.

وتضمنت هذه المدرسة الصحفية استخدام بعض التقنيات الأساسية للبحث العلمى الاجتماعى التى يمكن تصنيفها فى أربعة مجالات أو مداخل رئيسية:

المدخل الأول: الملاحظة بالمشاركة Participant Observation:

فعندما أرادت جريدة The Miami Herald أن تفحص وتتحرى عن ظروف وأوضاع مصحة الأمراض النفسية بولاية فلوريدا، قام محرر الشئون الطبية بالتنكر والحصول على وظيفة عامل فى المستشفى، وعمل لمدة أسبوعين ٨ ساعات يومياً بدون أن يعرف أحد حقيقته كصحفى، شارك خلالها فى حياة

لقد استعمل محرر الشئون الطبية هنا تقنية الملاحظة بالمشاركة، وهى تقنية يتنكر المحررون فيها للحصول على معلومات وبيانات من الصعب الحصول عليها بشكل طبيعى، وتتدرج موضوعاتها من التدريس فى المدارس، إلى جمع الخضراوات، إلى ممارسة مهن معينة، ويستخدم علماء الاجتماع وعلماء النفس فى بحوثهم أيضاً هذه التقنية.

وتقنية الملاحظة بالمشاركة تساعد بشكل عام فى رسم صورة دقيقة للمجال الذى يقوم الشخص بملاحظته، من منظور مختلف يقل فيه الاعتماد على المصادر الرسمية ويشارك فيه المحرر، وهنا توجد ميزتان تستحقان الإبراز:

الأولى: أن الملاحظ بالمشاركة ينظر إلى البنى الإنسانية، والتداخلات العديدة للظاهرة التى يراقبها، مراقباً فاحصاً ديناميات الصراع الداخلى والتغيير والاستقرار وهكذا يرى مؤسسات وعلاقات وجماعات وأفرادًا أثناء العمل.

الثانية: أن الملاحظ بالمشاركة يستطيع اكتشاف السلوك الطبيعى، الذى قد لا يعطى الحديث العادى الإجابة عنه، لأن المستجيبين ليسوا دائماً على وعى بسلوكهم الخاص أو أفكارهم، وقد لا يريدون مناقشة نقطة ما، أو يكونون غير قادرين على وضع أفكارهم فى كلمات، والملاحظة بالمشاركة تساعد فى التغلب على هذه العقبات خاصة أن غرض الملاحظ لا يكون معلنا .

ولكن هناك بعض العيوب لهذه التقنية ظهرت من خلال تجربتها؛ أهمها:

أن مجرد وجود الملاحظ بالمشاركة يشكل عنصراً جديداً فى الموقف، وهو لا يستطيع أن يكون متأكداً من أنه يؤثر أو لا يؤثر، ولكن الشىء المؤكد أنها عملية تؤثر بحد أدنى على السلوك الفعلى للملاحظين.

- أن الملاحظ - بشكل عام - غير قادر على أن يشهد بنفسه كل جوانب حركة أو تفاعل الجماعة، فهو بالضرورة يختار ما يشاهده وينتقيه، وموقع الملاحظ من الجماعة هو الذى يحدد ما يراه فقط، وهو يرى السلوك والحركة ويسمع الحوار ويلاحظ الممارسة، ولكنه لا يعرف التاريخ الاجتماعى للجماعة ولا دوافعها أو نواياها أو تصوراتها الذهنية.
- أن الملاحظ بالمشاركة لا يستطيع أن يفهم بشكل كلى هؤلاء الأفراد الذين تتم ملاحظتهم.
- أن الملاحظات يتم إخمادها من خلال عمليات التشويه الثنائية فى التعرض الانتقائى والاسترجاع.

ويثير استعمال الصحفى لتقنية الملاحظة بالمشاركة فى العمل الصحفى ثلاث قضايا أو مشاكل مهمة :

المشكلة الأولى- اختراق الخصوصية:

فالمحرر الصحفى الذى لا يقدم نفسه كمحرر، هو فى الحقيقة يتجسس على الناس الذين ليسوا على دراية بأنهم مراقبون، وهذا أمر قابل للمناقشة أخلاقياً، والبديل أن يقدم المحرر نفسه، وهنا تفقد هذه التقنية مزاياها - خاصة فى مجتمع قد يعم فيه الفساد والاستهتار بالقيم - وتزداد حساسية هذه المشكلة مع زيادة حساسية الموضوعات الملاحظة وخطورتها، وردود الفعل البعيدة التى قد تنجم عنها.

المشكلة الثانية- الانغماس:

فعلى المحرر الصحفى الذى يستعين بالملاحظة بالمشاركة - أن يلاحظ أو يأخذ فى اعتباره ألا يصبح منغمساً بدرجة كبيرة تجعله يغير مجرى الأحداث

المشكلة الثالثة- التعميم:

يحذر العلماء من خطر التعميم على أساس ملاحظة محددة، ولكن المحرر الصحفى قد لا يعرف أو قد ينسى فى بعض الأوقات ويعمم من خلال ما لاحظه بالمشاركة - فى مكان على كل الأماكن المشابهة له.

خلاصة القول: إن الملاحظة بالمشاركة هى تقنية بحثية وصحفية جيدة، لكنها محدودة تؤدى دورها بشكل جيد كمعاون للتقنيات المعيارية للمحرر الصحفى كالحديث الصحفى وفحص الوثائق بشكل منظم.

ومن نماذج استخدام هذه التقنية:

* "الأرض وإريك ماتيوس" وهى سلسلة من تسعة موضوعات نشرت فى جريدة Detroit News فى مايو عام ١٩٧٤ .
* "دروس قاسية لمحرر التحقيقات عندما يرتدى زى ضابط مرور" موضوع نشر فى جريدة Toronto Globe and Mail فى مايو ١٩٧٤ أيضا .

المدخل الثانى- التجربة الميدانية Field Experiment:

عندما أرادت وكالة الأسوشيتدبرس أن تتحرى عن كفاءة أداء الخدمة البريدية قامت مكاتبها المختلفة عبر الولايات المتحدة بإرسال خطابات بعضها إلى بعض عبر كل وسائل إرسال البريد، وكل درجاتها، مع ملاحظة الفروق فى توقيتات وصول هذه الخطابات.

وما قامت به مكاتب الوكالة يقوم به الباحث العلمى، وتسمى هذه التقنية "التجربة الميدانية" وهو نفس ما قامت به محررة Charlotte Observer عندما أرادت فحص أمانة المحلات التى تقوم بإصلاح السيارات، فقامت بأخذ عربة

جوانب التجربة الميدانية:

الجانب الأول- التصميم التجريبى Experimental Design:

فأساس التجربة الميدانية هو تشكيل أو توجيه متغير مستقل وملاحظة تأثيره على متغير تابع، وبعيداً عن تعقيدات التصميمات التجريبية هناك نمطان من التجارب تفيد المحرر الصحفى فى عمله:

النمط الأول: يبدو فيه المتغير المستقل فى حالة واحدة فقط، ويهدف إلى توضيح أن ظاهرة ما ذات أهمية حدثت أو لم تحدث.

أما النمط الثانى: فيبدو فيه المتغير المستقل فى حالتين أو أكثر مختلفتين لكى نرى ما إذا كان التغير فى الظروف ينتج تغيراً مصاحباً فى التأثير.

الجانب الثانى- صياغة الفرض أو الفروض Formulating Hypothesis:

توجه الفروض صاحب التجربة، وتجبره على أن يكون دقيقاً بصدد العلاقة بين المتغيرات التى يدرسها، والعامل الذى قد يكون سبب المتغير المستقل، وكيف يمكن تشكيله، والعامل الذى يعتقد أنه قد يتأثر بواسطة المتغير التابع، وكيف يمكن قياسه ؟

وصياغة الفرض أو الفروض تتطلب تعريف المتغير المستقل بشكل دقيق، وينبغى أيضاً تحديد المتغير التابع بشكل واضح، وأن يوضح بشكل جيد كيف سيتم ملاحظة المتغير التابع والتعرف عليه، وقياسه.

الجانب الثالث- التحكم فى التجربة:

من خلال تثبيت كل المتغيرات فى الطرفين اللذين يتم مقارنتهما، عدا المتغير الذى يتم تشكيله أو توجيهه وهو المتغير المستقل.

الجانب الرابع- العشوائية Randomization:

وتخدم وظيفتين مهمتين فى التصميم التجريبى:

١- أن القائمين بالاستقصاء (التجربة) إذا أرادوا التعميم على المجتمع على أساس تجربتهم، يحتاجون لاختيار المبحوثين بشكل عشوائى.

٢- تكوين مجموعتين مختلفتين ومتعادلتين فى الوقت نفسه.

الجانب الخامس- الإحصاءات Statistics:

بعض التجارب الميدانية الصحفية لا تتطلب تحليلاً إحصائياً، ولكن هناك تجارب عديدة بسيطة يجريها الصحفيون، ويمكن أن تعالج إحصائياً باستخدام واحد أو أكثر من الاختبارات الإحصائية.

الجانب السادس- الأخلاقيات Ethics:

تثير التجارب الميدانية قضايا أخلاقية بسبب أن معظمها يجرى بدون وعى الأشخاص بأن تجربة ما تحدث، فى حين أن أحد الأسباب الأولية لإجراء تجارب ميدانية فى الحقيقة، هو ملاحظة ردود أفعال الأشخاص بدون أن يعوا ذلك.

والباحث العلمى، أو المحرر الصحفى، الذى يجرى تجربة ميدانية يحتاج إلى أن يزن بعناية ما إذا كانت تتضمن فقدانا فعليا لكرامة، أو تنطوى على أضرار سيكولوجية أو فسيولوجية للأفراد المتعرضين للتجربة.

والمعيار المفيد لهذا الجانب الأخلاقى هو تقدير ما إذا كانت التجربة الميدانية سوف تجعل شخصا ما يؤدى شيئاً لم يكن يقوم بتأديته بشكل عادى، فالتجارب الميدانية تختلف عن التجارب المعملية، فى أن الأشخاص - هنا - ليسوا على علم بمشاركتهم فى التجربة، لهذا يعنى علماء السلوكيات بوجه خاص بالتأكد من أن الأشخاص لا يتم الإضرار بهم فى تجارب ميدانية، والصحفى المخطط لتجربة ميدانية ينبغى أيضاً أن يعنى بذلك.

وتقنية التجربة الميدانية المتحكم فيها، تقنية مهمة ومفيدة للمحرر الصحفى لعدة أسباب:

أولاً: أنها التقنية الأقدر على عرض علاقات السبب والتأثير، والمحرر الصحفى هو شخص ما من مهماته الأساسية معرفة الأسباب والتأثير، كما أن التحليل السببى هو أيضاً أساس للتغطية التفسيرية Investigative Reporting، وهى تقنية قوية لعرض السببية إذ إنها وبشكل فورى توفر ثلاثة أنماط من الأدلة أو البراهين التى يرى العلماء السلوكيون أنها ضرورة لإظهار السببية:

١- دليل على ارتباط المتغيرين المستقل والتابع.

٢- دليل على أن المتغير التابع لم يحدث قبل المتغير المستقل.

٣- دليل يلغى عوامل أخرى مثل الظروف المحددة الممكنة للمتغير التابع.

ثانياً: أنها تسمح للمحرر الصحفى - من خلال التجربة - بملاحظة سلوك شخص ما بدلاً من الاعتماد على تعبير الشخص اللفظى عن سلوكه، مما يجعل من الممكن التغلب على العيب الذى يترتب على استخدام الحديث الصحفى - وهو التقنية التقليدية للمحرر الصحفى - والمتمثل فى اقتصاره على تقرير لفظى يقدم القليل عن السلوك الحقيقى للشخص.

ولكن التجربة تتغلب على ذلك بوضع الشخص فى موقف، وملاحظة سلوكه الحقيقى، بدلاً من توجيه الأسئلة إليه عما يفعل فى مثل هذا الموقف، وقد يكون هذا مهما بشكل خاص عندما يقوم شخص ما بتقصى سلوكيات غير أخلاقية، أو غير قانونية، أو مرفوضة، ولا يقرها المجتمع، فقليل من الناس قد يعترفون - عند سؤالهم - بارتكابهم أفعالا معينة، وللتجربة مزية أخرى تتمثل فى أن الناس ليسوا قادرين دائماً على التنبؤ بسلوكهم عند سؤالهم عن ذلك.

ثالـثاً: أنهـا تـسمح للمحـرر الـصحفى مـن خـلال التجـربة بملاحظـة أحـداث وسلوكيات ما كانت تحدث أو قد تحدث بشكل نادر، بدون هذه التجربة.

المدخل الثالث- تيار الدراسة المنظمة للوثائق :

Systematic Rtudy of Records

حين أراد كل من James Steele و Donald Barlette المحرران بجريدة Philadelphia Inquirer عام ١٩٧٢ اكتشاف كيفية سير نظام المحاكم، وهل يتساوى البيض والزنوج فى الأحكام نفسـها، إذا تساوت جرائمهم، كان أمامهما الشكل التقليدى، وهو سؤال القضاة والمهتمين وفحص بعض السجلات ولكن المحـررين سلكـا طـريقاً آخر مستفيدين من المنهج العلمى، فقد انطلقا لمدة أربعة شهور فى البحث فى سجلات مدينة فيلادلفيا فاحصين آلاف الوثائق التى تتضمن المجالات المختلفة لاختيار العينة، وقررا التركيز على جرائم القتل والاغتصاب والاعتداء فى فيلادلفيا خلال عامين، وشملت العينة ١٣٧٤ حالة (قضية) وصمم المحرران استمارة لتوثيق المعلومات، ووفقاً لفئات محددة تم تصنيف المادة، وتفريغها فى هذه الاستمارة، وتغذية الحاسبة الإليكترونية بكل هذه الاستمارات، إذ خصص لكل حالة بطاقة زود بها الحاسب الإليكترونى، وأمكـن عـن طـريق ذلـك الحـصول علـى جـداول مـتداخلة البـيانات Cross Tabulating، فـى حين أن عملية الحصول على هذه البيانات كانت تستغرق شهوراً - وربما سنوات من عمل المحررين للتوصل إليها بطرق أخرى، وفى النهاية حصل المحـرران علـى ٤٠٠ ورقـة تمـثل نـتائج تحلـيلات الحاسـب الإليكترونـى للأحاديـث التـى تـم إجـراؤها مـع المهتمـين والـضحايا والقـضاة والمحامين.

وظهرت نتائج هذا الجهد فى موضوع نشر على حلقات لمدة ٨ أيام بعنوان "الجريمة والعدل"، وكشف هذا الموضوع - من بين ما كشف - عن أن الأحكام فى حالة الجرائم التى تقع فى المؤسسات التجارية تكون أقسى منها فى حالات

وقد استخدم هذه التقنية منذ مدة طويلة علماء السياسة، والمؤرخون وباحثون آخرون فى ميادين علم الاجتماع، أما استخدام الصحفيين لها فمازال محدوداً وإن كان ينمو باضطراد.

وتسمح هذه التقنية للمحررين والقراء بالوصول إلى خلاصات مبنية على قاعدة صلبة من المعلومات، لا على مزيج من الحديث أو الملاحظة داخل حجرة المحكمة مثلاً لأنها تعتمد على المصادر الأصلية وتستخدم المنهج الكمى مستعينة بالحاسبات الإليكترونية ولكن يعيبها أنها تحتاج إلى وقت وتمويل كافيَيْن، وينبغى أن يقتنع رؤساء التحرير والناشرون بأن العائد منها سوف يكون مساوياً للوقت والجهد والمال قبل الموافقة على إجرائها.

وأداة الدراسة المنظمة للوثائق هى تحليل المضمون Content Analysis وتتعدد تعريفات تحليل المضمون، وأشهرها تعريف Bernard Berison "إن تحليل المضمون هو أسلوب للبحث يهدف إلى الوصف الموضوعى والمنظم والكمى للمحتوى الظاهر لعملية الاتصال". ويقترب منه تعريف Kerlinger "إن تحليل المضمون هو منهج أو أسلوب لدراسة وتحليل الاتصال فى شكل موضوعى وكمى بغرض قياس المتغيرات". بينما يعرفه كل من Wiennr, Walizer بأنه "أى إجراء منظم يتم اتباعه لفحص المحتوى المسجل للمعلومات"، ومن التعريفات الحديثة لتحليل المضمون والأكثر ملاءمة لوظيفته هنا - وهى الدراسة المنظمة للوثائق - تعريف Ole Holsti لتحليل المضمون

وتؤكد التعريفات المتعددة لتحليل المضمون على ثلاثة متطلبات أساسية ينبغى توافرها لنجاحه وهى: مطلب الملاحظة المنظمة، مطلب الملاحظة الموضوعية مطلب الاستنتاجات.

ولعل جوهر تحليل المضمون - بخطواته المتعددة كأداة لجمع البيانات والمعلومات وتحليلها - أنه يساعدنا فى التوافق مع فيضان الكلمات فى السجلات والوثائق والتقارير؛ فالصحفى - على سبيل المثال - يعيش فى بحر من الكلمات فهو يستعمل الكلمات ليخبر الآخرين ويروى لهم ما يعتقده ويراه، وفى المقابل تخبره كلمات الآخرين، ووثائقهم وتروى له ما يفكرون فيه، وما يشعرون به، فالكل مهتم بتأثير الكلمات.

المدخل الرابع- استقصاءات الرأى العام Public Opinion Polls:

عندما أرادت جريدة Louisville Courier Journal أن تكشف الاتجاهات والمشاعر الفعلية للمواطنين نحو تقسيم المناجم فى المناطق المخطط لتقسيمها فعليا ، حاولت سؤالهم ولكنها لم تقم بسؤالهم كلهم بالطبع، لأن هذا سيكون شيئا غير عملى، بل أخذت عينة من ٦٠٠ شخص تم اختيارهم بشكل عشوائى كعينة ممثلة للسكان الراشدين فى ١٠ مناطق منتجة للفحم، وتم توجيه الأسئلة إليهم عن طريق مؤسسة استقصاءات Polling firm وتم جدولة النتائج وتحليلها ونشرها.

وفى الوقت نفسه، تقوم الجرائد والمجلات وشبكات الإذاعة ومؤسسات الاستقصاء المستقلة بقياس الرأى بصدد أى قضية أو موضوع معين، بدءاً من تفضيلات أنواع معينة من الأطعمة على مائدة الإفطار، إلى مرشحى الرئاسة المفضلين.

وقد تجرى الجريدة هذه الاستطلاعات عن طريق قسم خاص بها، أو تعهد بها إلى مؤسسة متخصصة فى هذا العمل، أو تكتفى بنشر تقرير عن نتائج استقصاءات قامت بها مؤسسات أخرى.

واستقصاءات الرأى العام بمفهومها البدائى تستعمل بشكل متسع منذ منتصف القرن التاسع عشر، فيما عرف بحديث رجل الشارع Man in the street interview وهو تقليد صحفى عتيق استعمل ومازال يستعمل عندما تنفجر قصة صحفية مهمة، فيتم توجيه أسئلة لعدد من الناس مثل سؤال بعض المارة عن مشاعرهم بصدد اغتيال أحد القادة السياسيين، أو المرشحين المفضلين لهم فى الانتخابات القادمة، أو أى موضوع آخر يرد على ذهن المحرر أو رئيس التحرير.

الخطوات الأساسية لتقنية استقصاء (أو مسح Survey) الرأى العام:

الخطوة الأولى: تحديد أهداف الدراسة فى شكل أسئلة أو فروض.

الخطوة الثانية: تحديد مجتمع البحث أو الأشخاص أو المستجوبين أو الذين يراد استقصاء رأيهم.

الخطوة الثالثة: تحديد عينة البحث من المجتمع الأصلى.

الخطوة الرابعة: تحديد أسلوب جمع المعلومات، ومنها:

١- المباشر (المواجهى) Face to face

٢- عن طريق التليفون Telephone

٣- عن طريق البريد Mail

٤- عن طريق البريد الإليكترونى E-mail

وأحيانا تنشر الصحف النص الكامل للاستقصاء على صفحاتها لأكثر من مرة وتنتظر الردود.

الخطوة الخامسة: إعداد الأسئلة المحورية أو المركزية Focal questions والأسـئلة الـتابعة لهـا، التــى تكـشف عـن إجابـات لأسـئلة الاستقصاء، أو تسعى لإثبات أو نفى فروضه.

الخطـوة الـسادسة: إعـداد صـحيفة أو اسـتمارة الاستقـصاء وتطويـرها ومـراجعتها فـى شـكلها النهائـي وتـرتيب الأسئلة، والتعلـيمات، ومراجعة أسلوب الصياغة وطول الأسئلة.

الخطوة السابعة: الاختبار القبلى للاستمارة Pre-testing، وتعديلها إن لزم الأمر.

الخطـوة الثامـنة: اختـيار القائمـين بعملـية الاستقـصاء (المـستجوبين أو الباحثـين)، وتدريـبهم وإعطـاؤهم التوجـيهات اللازمـة بـصدد الاستقصاء.

الخطوة التاسعة: جمع البيانات من خلال الميدان والمراجعة الميدانية لها.

الخطوة العاشرة: مراجعة الاستمارات (صحف الاستبيان) مكتبياً.

الخطـوة الحاديـة عـشرة: تفـريغ البـيانات فـى جـداول هيكلـية، وحـساب تكراراتها يدويا ، أو بالاستعانة بالحاسبات الإليكترونية.

الخطوة الثانية عشرة: تحليل البيانات وتفسيرها وعرضها فى جداول أو دوائر أو أى رسوم توضيحية أخرى، والبحث عن مؤشرات، ثم كتابة تقرير عن الخلاصات النهائية.

تغطية استقصاءات الرأى العام:

أياً كانت الجهة التى قامت بعملية استقصاء الرأى العام، فهناك قواعد لتغطية أو كتابة تقرير إخبارى أو أى موضوع صحفى عن هذا الاستقصاء، أهمها أن يجيب المحرر الصحفى فى تغطيته للاستقصاء على هذه الأسئلة، التى يرى الباحث الاتصالى الأمريكى ليوبوجارت أنها كافية لتغطية كافة جوانبه؛ وهى:

١- من قام بتمويل الاستقصاء؟

٢- من هم الذين تم توجيه الأسئلة إليهم، أو ما هو مجتمع البحث وعينته؟

٣- كيف تم اختيار المستجيبين، أو كيف تم تصميم العينة؟

٤- ما مدى دقة الإجابات، وما هو الحجم المقدر لخطأ المعاينة؟

٥- ما عدد الأشخاص الذين تم توجيه الأسئلة إليهم؟

٦- من قام بعملية توجيه الأسئلة إلى الأشخاص؟

٧- كيف تم إجراء الاستقصاء؟ أو ما هو أسلوب جمع المعلومات؟

٨- متى تم إجراء الاستقصاء ؟

٩- ما هى الأسئلة الفعلية التي تم توجيهها؟

١٠- كيف تم تفريغ صحف الاستقصاء وتحليل البيانات؟

ثانيا - الأساليب الجديدة للتغطية الصحفية:

من المبادئ الأساسية فى الفكر الصحفى أن الخبر مقدس فى حين أن الرأى حر وأن الصحف عامة ينبغى أن تفرق وتميز وتفصل بين الاثنين، فالخبر موضوعى، والرأى حر بشرط أن يكون ذلك خارج الأعمدة الإخبارية.

ولكن الأخبار والآراء لم تكن منفصلة دائما فى الصحف، خاصة الصحافة الأمريكية.

فرؤساء التحرير الأوائل فى عهد المستعمرات، كثيرا ما تحيزوا لقضايا معينة فى الأعمدة الإخبارية حيث لم تكن هناك أعمدة رأى أو صفحات للرأى، ثم زاد هذا التحيز، دمج الرأى بالخبر مع تطور النظام الحزبى بعد الثورة، وتبنى الدستور القومى.

وحفلت جرائد الأحزاب فى الولايات المتحدة الأمريكية فى نهاية القرن الثامن عشر وبداية القرن التاسع عشر بالدعاية النشطة، والتغطية المتحيزة، إلى درجة أن عددا من المؤرخين وصفوا هذه الفترة بأنها العصر المظلم للصحافة الأمريكية.

وبذلت بعد ذلك بعض الجهود لفصل الرأى عن الخبر، وتوصلت إلى قدر من الموضوعية مع بداية الثلاثينيات من القرن التاسع عشر، وتم تغطية معظم أخبار الحرب الأهلية بشكل أكثر موضوعية، واعتمادا على الحقائق الخاصة بجانبى الصراع.

وشجع اتساع نشاط وكالات الأنباء، التى حرصت على الموضوعية بحكم أنها تخدم جرائد عديدة وعملاء لهم آراء متباينة، وتطورت جرائد أكثر إحساسا بالمسئولية فى سياساتها التحريرية مثل جريدة New York Sun, New York World على الفصل بين الأخبار والآراء، ويؤكد المؤرخون على دور وكالات الأنباء فى التأثير على أسلوب تغطية الجرائد الأمريكية لأخبارها، من خلال إصرار الوكالة على الموضوعية، وظهر ذلك فى تطويرها للمقدمات الإخبارية الملخصة، واستخدام أسلوب الهرم المقلوب لتضع الحقائق الأكثر أهمية أولا فى قصصها.

وقد شجع اختفاء جرائد عديدة وبروز ظاهرة اندماج الصحف بعضها ببعض على فصل الأخبار عن الآراء، فالتحيز فى أعمدة الأخبار يمكن أن يكون مبرراً فى المجتمعات التى تتعدد فيها الجرائد ويصبح فى مقدور القراء الاختيار بينها حسب اتجاهاتهم الشخصية، إلا أن وجود جريدة وحيدة فى المدينة يلقى عليها مسئولية ضخمة، إذ ينبغى ألا تكون متحيزة، وأن تفصل آراءها عن تغطيتها الإخبارية.

وقد أدى الالتزام الدقيق بالموضوعية إلى نشر بعض الأعمدة الإخبارية متضمنة حقائق فقط، إلا أن هذه الحقائق لم تكن مفهومة، ومن هنا سمحت الجرائد - بدعوى الموضوعية - لبعض الشخصيات العامة بتفسير هذه الحقائق،

التغطية التفسيرية Interpretative Reporting:

التغطـية الـصحفية أو التغطـية الإخـبارية هـى العملـية التـى يقـوم خلالهـا المحرر الصحفى بالحصول على معلومات عن التفاصيل والتطورات والجوانب المختلفة لحدث أو واقعـة أو تـصريح مـا، إنهـا إجابـة عـن كـل الأسـئلة التـى قـد تتبادر إلـى ذهـن القـارئ بـشأن هـذه الـواقعة أو الـحدث أو التـصريح وتقيـيم هـذه المعلـومات ثـم كتابـتها بأسـلوب صـحفى مناسـب، وهـى تنقسم مـن حيـث توقـيت حدوثها إلى:

التغطية التمهيدية، والتغطية التقريرية، وتغطية المتابعة.

وقـد أدت الـتطورات التكنولوجـية الهائلـة والكـساد وظهـور الحكـومات الضخمة إلـى الحاجـة إلـى تقديم خلفيات ومعلومات تـساعد علـى فهم الأحـداث، ومـن هـنا ظهـر مـا عـرف بالتغطـية التفـسيرية Interpretative Reporting وأصـبحت الجـرائد تقوم بهـذا الـنوع من التغطـية متفقة فـى ذلـك مـع محـررى المجلات الإخبارية ومعلقى الراديو والتليفزيون فيما بعد.

وتقوم التغطية التفسيرية على أساس التحليل السببى Causal Analysis أو علـى حـد تعبيـر أسـتاذ الـصحافة Curtis Mc. Dougal: "مـن الـضرورى لتفسير الأخبـار فهمهـا، والفهم يعنى أكثر من مجرد القدرة على تعريف المصطلحات أو الأدوات أو الألفـاظ التـى يـستعملها أشـخاص فـى مناحـى مخـتلفة مـن الحـياة ويتضمن ذلك تمييز الحدث الخاص كواحد من سلسلة أحداث له سبب وتأثير".

ويـتفق أيضـا كل من أسـتاذ الـصحافة Mitcell V. Charnely مع Harold Nelson بجامعـة ويسكنسن علـى أن التغطـية التفسيرية هـى "صـحافة تقوم على

وفى هذا النوع من التغطية تتدرج عملية التفسير أو وضع الموضوع فى إطار: من تعريف كلمة إلى فقرة أو أكثر، إلى قصة أو أكثر متصلة، وتزود عديد من الوكالات الصحفية (وكالات الأنباء ووكالات الخدمات المتخصصة) الصحف بمزيد من التغطية التفسيرية والتحليلات، ولكن هذا الأسلوب فتح الطريق أمام توغل جديد للرأى داخل القصص الإخبارية، وأمام ذلك يصر بعض المحررين الممتازين على ضرورة التمييز بين الحقائق (الأخبار) وتفسير تلك الحقائق أو التعليق عليها (الرأى).

فالتغطية التفسيرية - على سبيل المثال - بجريدة New York Times وهو الصحفى Lester Markel هى: "الإحساس الأعمق بالأخبار أو وضع حدث خاص فى التيار العام للأحداث: أنه اللون، الجو، العناصر الإنسانية التى تعطى معنى لحقيقة معينة، إن التغطية التفسيرية باختصار هى:

"بناء، تتابع، بالإضافة إلى مغزى"، وعلى ذلك فعندما يتم تعيين مجلس وزراء جديد فإن التغطية الاخبارية (غير التفسيرية أو الموضوعية مائة فى المائة) تنشر أن المجلس قد تم تعيينه، أما التغطية التفسيرية فتنشر لماذا أتخذ مثل هذا القرار؟، وهذا ما تميزت به تغطية أخبار العدد الأسبوعى من جريدة New York Times.

ويلخص الكاتب الصحفى Herbert Brucker الفرق بين التغطية التفسيرية والرأى فى الإجابة عن سؤالين: هل المحرر يعمق الحقيقة ويغص فى جوهر الحدث جامعا كل الحقائق المتصلة به والتى يستطيع الحصول عليها؟ أم أن المحرر يناقش بشكل صريح القضية، ويطرح وجهة نظره؟

التغطية الاستقصائية Investigative Reporting:

حينما توسعت الجرائد فى الإبراز والتركيز والتحرى عن قضايا معينة أو موقف أو أمور تحدث فى المجتمع، خاصة جوانب الانحراف والفساد، نشأ لون جديد من التغطية الصحفية سمى بالتغطية الاستقصائية، وسمى محرروه بالـ: Muck rekers أو المنقبون عن الفساد، وقد أطلق هذا الاسم أساساً على مجموعة الصحفيين الذين قادوا حملات صحفية مهمة ضد الفساد خاصة عام ١٩٠٢، حين أدى التوسع الصناعى السريع بعد الحرب الأهلية الأمريكية إلى الكثير من أنواع الظلم والشرور، وكانت الاحتكارات موضع قلق عام ورأى فيها بعض المراقبين تحالفاً غير سديد بين التجارة والسياسة، واعتمد هؤلاء الصحفيون (المنقبون عن الفساد) فى حركتهم الصحفية على نشر التحقيقات الصحفية الكاشفة المبنية على وثائق رسمية وخاضعة لمراقبة الخبراء، وبرزت حركة المنقبين عن الفساد كقوة مهمة سنة ١٩٠٦ ثم أخذت تنحسر بعد ذلك بعامين، ثم بلغت ذروة النجاح سنة ١٩١١ مرة أخرى، ثم تبددت سنة ١٩١٢ فقد ملها الجمهور، ولكثرة الضغوط المالية على بعض الصحف، كما بدأ إصلاح بعض المساوئ التى تم كشفها، وينسب إليها - كحركة لكشف الفساد وفضحه - دور مهم فى عدد من الإصلاحات تجلت فى إصدار قانون على مستوى الحكومة الاتحادية حول الغذاء النقى، قوانين تشغيل الأطفال، قوانين تعويض العمال، نشاطات لجنة التعريفة الجمركية وتحقيقات الكونجرس.

وتحاول الصحف الأمريكية - بشكل متزايد - أن تشجع المحررين ذوى الخبرة على التحرر من القصص الروتينية حتى يستطيعوا معالجة القضايا والموضوعات ذات المغزى التى تتطلب وقتًا أكثر وخبرة.

ومن أشهر نماذج التغطية الاستقصائية التى قدمها كل من المحرريْن Bob Wood Ward و Carl Bernstein بجريدة الـ Washington Post اللذين نجحا فى كشف تورط الرئيس الأمريكى نيكسون Richard B. Nixon فى فضيحة

ومن نماذج التغطية الاستقصائية فى الصحافة الأمريكية، التى استعانت بالحاسبات الإليكترونية تلك التحقيقات المسلسلة التى أعدها Joseph Albright، والتى بدأت عمليات إعدادها أو تغطيتها ليلة ٣١ مارس سنة ١٩٨١، وهى الليلة التى تعرض فيها الرئيس الأمريكى ريجان Ronald Reagan لمحاولة اغتيال، فقد علم المحرر وهو مراسل صحف Cox فى واشنطون من مصدر فى المباحث الفيدرالية أن البندقية التى تمت بها محاولة الاغتيال من نوع (RG. ١٤) وهو نوع لم يسمع به المحرر من قبل، وعلم أيضا أن أجزاء هذه البندقية تم جمعها فى ميامى من قطع وأجزاء مصنوعة فى الخارج، وفى الأسبوع التالى بدأ كل من: المحرريْن العامليْن فى مجموعة صحف Cox، فى إعداد تحقيق صحفى عن البنادق اليدوية، سعوا فيه للبحث عن إجابات حول عدد من الأسئلة هى: سمات هذه البنادق وأحجامها وأسعارها ومصادرها وأساليب تشغيلها وصيانتها وصناعتها ومورديها، وأساليب الحصول عليها، ونوعية الجرائم التى تستخدم فيها، وعندما حاولوا الحصول على إجابات من الأجهزة والهيئات الرسمية التى تملك هذه الإجابات، لم يجدوا ما يرضيهم وتوقفوا لفترة، ثم علموا من مصدر بالشرطة أن هناك سجلات للبنادق اليدوية فى وزارة الخزانة الأمريكية ولكنها مخزنة بلغة الحاسبات الإليكترونية ومحمية من الفتح وحصلوا على نسخة من هذه الأشرطة.

وبدأت مرحلة الرغبة فى تفسير هذه الأشرطة أو ترجمة المعلومات الموجودة عليها إلى لغة مفهومة، أو فتح البرنامج وأخذ Joseph Albright الشريط إلى صديق له فى شركة خدمات حاسبات إليكترونية بالقرب من واشنطون، وعلم منه أن لغة تخزين المعلومات على هذا الشريط مميزة لأغراض تتصل بالأمن القومى، ولهذا فهى غير مفهومة لأنظمة الحاسبات

Albright لم ييأس وحاول
فى أكثر من مكان، حتى نجح فى ترجمة الشريط إلى لغة حاسبة إليكترونية (ترميز) قابلة للعرض، وقام خبير فى الحاسبات الإليكترونية بمعالجة الشريط، وهنا أصبح لدى المحرر مادة خام لموضوعه.

وكشفت محتويات هذا الشريط عن ١٥ نوعا من البنادق الآلية، وعلاقتها بالجرائم فى ١٨ مدينة أمريكية، وعن كل الخلفيات الإدارية والاقتصادية الخاصة بها، وبدأ المحررون فى كتابة موضوعهم على ست حلقات نشرت من ٦ إلى ١١ سبتمبر عام ١٩٨١ بعنوان: "القتلة ذوو الأنوف الفطساء The Snubnosed Killers" وكشفت هذه التحقيقات عن الشركات والأشخاص الذين يصنعون أو يستوردون المعدات والأسلحة المختلفة التى تستعمل فى الجرائم وأحداث العنف والشغب والمظاهرات، وسمات هذه الأسلحة وأعدادها وأساليب الحصول عليها.

وقد انتشر هذا النوع من التغطية فى السبعينيات من القرن الماضى لأسباب عديدة ؛ منها:

١- الدعم المالى الذى حصلت عليه، إذ كان التخطيط لذلك قد بدأ منذ عام ١٩٦٨ بشكل غير منتظم وأصبح هناك منظمة أو مؤسسة أو صندوق مستقل هو Fund of Investigative Journalists تموله أساسا المؤسسات والأفراد، ونجح هذا الصندوق فى تمويل أكثر من ٦٠ مشروع تغطية استقصائية خلال الفترة من سبتمبر عام ١٩٧١ حتى سبتمبر عام ١٩٧٣، بعضها لم ينشر فى شكل تحقيقات صحفية مباشرة ولكنه كشف عن أوجه نشاط قابلة للمناقشة تتصل بالأوضاع المريبة فى النشاط الاقتصادى أو الحياة السياسية، وعن فساد الحكومة وأشياء أخرى، ومن أفضل هذه الاستقصاءات أو التحقيقات الكاشفة التى نشرت، ما أعده المحرر Seymour. M. Harsh عن

وجائزة بوليتزر هى أرفع الجوائز قيمة فى الولايات المتحدة وتعطى فى أربع مجالات هى: الصحافة، والأدب، والموسيقى، والخدمة العامة، وتنسب إلى الصحفى الأمريكى الكبير Joseph Pulitzr (١٨٤٧-١٩١١)، وهو مجرى الأصل، هاجر إلى الولايات المتحدة وأسس فيها عام ١٨٧٨ جريدة St. Louis Post Dispatch وفى عام ١٨٨٣ اشترى جريدة The World وجعلها جريدة ناقدة كاشفة عن الفساد من خلال الحملات الصحفية العنيفة، وسجلت أعلى أرقام توزيع فى عصرها.

وقد أوصى Joseph Pulitzr قبل وفاته عام ١٩١١، بأن تستغل تركته البالغة ٢ مليون دولار فى إنشاء مدرسة عليا لتعليم الصحافة بجامعة كولومبيا بمدينة نيويورك، وأن تبدأ المدرسة بعد خمس سنوات من عملها فى توزيع جوائز لمن يسهمون فى تطوير الصحافة، والأدب، والموسيقى والخدمة العامة. وتم تأسيس المدرسة عام ١٩١٢، وبدأت فى إعطاء الجوائز عام ١٩١٧ .

وتمنح جائزة بوليتزر فى الصحافة فى ١٢ مجالاً هى: التغطية الاستقصائية المحلية، التغطية القومية، التغطية المحلية، المراسلة الدولية، كتابة الموضوع الصحفى، كتابة مقال الرأى، الكاريكاتير، الصور الإخبارية، صور الموضوعات الصحفية وموضوعات الخدمة العامة، كتابة التعليق، مجالات خاصة غير محددة مسبقا .

وفى عام ١٩٧٦ تأسس اتحاد المندوبين والمحررين الاستقصائيين Investigative Reporters and Editors. (IRE) كجماعة أو تجمع صحفى - لا يهدف إلى الربح - على يد مجموعة من المحررين الاستقصائيين لتشجيع الصحافة الاستقصائية وتنميتها، وخطط لتطوير مركز للموارد يضع خدمات

فـى نهايـة عـام ١٩٧٦ شـكلت الجماعـة فريق عمـل صـحفى بقيادة محـرر جـريدة Newsday الـشهير Robert Green، لإجـراء تغطـية استقـصائية عـن الجرائم التـى أدت إلـى اغتيال Don Balles محـرر جريدة Arizona Republic الذى كان يقوم باستقصاء نشاط الجريمة المنظمة فى ولايته (أريزونا) ووضعت قنبلة فى سيارته.

وقـاد Robert Green فريق العمل الاستقصائى الذى ضـم ٣٦ محـرراً مـن جـرائد ومجـلات ومحطـات مـن مخـتلف أنحـاء الـولايات المـتحدة، وانتهـى الاستقصاء بنـشر ٢٣ موضـوعا عن الجـريمة فـى ولايـة أريـزونا، وقـادت تلك الموضـوعات المـسئولين إلـى اتخـاذ عـدد مـن القـرارات والإجـراءات بـصدد الجريمة وبذلك استكمل المحررون الاستقصائيون الموضوع الذى اغتيل Don Balles بسببه.

وفـى عـام ١٩٧٩ افتـتحت Investigative Reporters and Editors, Inc مركـز بـول ويليامز التاريخـى للتغطية الاستقصائية بجامعـة ميسورى، وأعلنت عــن خطــط لتطويــر الاستقــصاء، وعــن جوائــز جديــدة لأفــضل المحــررين الاستقصائيين.

وتـستخدم التغطية الاستقصائية الآن بشكل متسع فى مجالات كشف الفساد فـى المجتمع والنقد، وتقديم الـرؤية الاستقصائية الشاملة التى لا يستطيع الراديو أو التليفـزيون القيام بهـا وقد صـاحب هذا نمـواً متـزايداً فـى توظـيف الحاسبات الاليكتـرونية لأغـراض تـصنيف المعلـومات والبـيانات الكثيـرة التــي يحـصل المحـررون الاستقـصائيون علـيها وتحلـيلها بـشكل يـساعدهم علـى الوصـول إلـى خلاصـات كمية دقيقة منها.

وقد ساعد على هذا انتشار استخدام المؤسسات الحكومية والمؤسسات الخاصة للحاسبات الإليكترونية فى تخزين المعلومات وتصنيفها واسترجاعها، مما أتاح إمكانية الحصول عليها بنفقات قليلة أو بدون نفقات على الإطلاق.

ثالثا - تيار صحافة الخدمات:

وصحافة الخدمات كتيار صحفى، من التيارات الصحفية التقليدية فى الصحافة، إلا أنها تطورت وتغيرت منذ السبعينيات فى القرن الماضى.

وقد كانت تغطية موضوعات أو شئون الخدمات Service Reporting فى الستينيات من القرن العشرين محددة ببعض المجالات مثل: صفحات وجبات الطعام (طبق اليوم)، برامج الراديو والتليفزيون، كشف الطالع، الألغاز، الكلمات المتقاطعة، الأفلام السينمائية، أى الموضوعات التى تفيد القارئ فائدة مباشرة وتتعلق بفائدته الشخصية فى حياته اليومية، أى أنها صحافة الفائدة أو كيف تؤديها أو تصنعها بنفسك؟ Utility or do it yourself ? ، وذلك فيما يختص بأوقات الفراغ والرحلات والكتب والمسرح والسينما والأزياء والطعام وفلاحة البساتين وشئون المستهلك، العناية بالطفل، الصحة، وما شابه.

وأضيف لذلك فى السبعينيات من القرن الماضى ما يمكن أن نطلق عليه "روح الخدمات" داخل معظم الموضوعات الصحفية، وهذا يعنى أن موضوعات "الخدمات" لم تعد مقصورة فقط على أقسام معينة داخل الجريدة.

لقد أصبحت صحافة الخدمات - بالنسبة للبعض - أسلوبًا فى التخطيط أو التوجيه أو التحرك الصحفى، يحرك سلوك الصحفى من البداية ويجعله يفكر فى خدمة القارئ من خلال معالجته أو تغطيته الصحفية، مما يؤثر على نوعية مصادره ومعلوماته الصحفية والأسئلة التى سوف يوجهها إلى هذه المصادر ومداخل المعالجة الصحفية، وتقييم الموضوع الصحفى.

ويرجع نمو مفهوم صحافة الخدمات وتطوره فى نهاية السبعينيات وبداية الثمانينيات إلى عدة أسباب:

أولاً- أن الناشرين والمحررين قد أصبحوا على وعى بأن القارئ العادى يسعى إلى الاستفادة أو الحصول على عائد حالى، يتفق مع تفسير شرام لسيكولوجية تقبل القارئ للأخبار ورضاه عنها حيث وصفها بأنها تلك التى يشعر القارئ أنها تعطيه منفعة حالية ولا تتطلب منه بذل جهد كبير، وتفيده فى حياته اليومية ويستطيع استعمالها وتطبيقها، وبدأت مظاهر هذا الوعى بظهور موضوعات المعالم Features ذات المضمون الخدمى فى المجلات، ثم انتقال موضوعات الخدمات إلى الجرائد وانتشارها.

ثانياً- أن القارئ يحصل على الخبر بمجرد أن يذيعه الراديو، ثم يحصل عليه مرئياً مسموعاً من خلال التليفزيون، ثم تقدم له الجريدة فى اليوم التالى تفاصيله وأبعاده وتحلله وتعلق عليه، ثم تأتى المجلة لتضع هذه الأخبار فى إطارها المكانى والزمانى، وتربطها بما سبقها وما لحقها من أحداث وتدرسها دراسة عميقة متأنية تقدم خلاصاتها فى تقارير عميقة، وهكذا تحاصر وسائل الإعلام كلها القارئ فى المنزل وتستولى على وقت فراغه، وتبقى مشكلة مهمة وهى: أين يحصل على خدمات عادية صحية اقتصادية، استهلاكية، إصلاح المنزل، شراء سلعة، مواجهة مشاكل الحياة اليومية، وهنا وجدت الصحافة (جرائد ومجلات) الفرصة سانحة لها كى تحل هذه المشكلة دون منافسة إلا من أنظمة الفيديو تيكست والإنترنت حاليا.

ثالثاً: أن بحوث المقروئية - قد قدمت مؤشرات مهمة؛ منها: أن كل القراء لا يهتمون بنفس الأشياء، فالصغار لا يفكرون بالضرورة مثل الكبار ومجال الاهتمام الذى ينبغى التركيز عليه اليوم وغدا هو: شباب اليوم، قراء جريدة الغد، فقد أشارت دراسة مولتها الجمعية الأمريكية لناشرى الصحف ANPA إلى فروق فى تفضيلات جماعة السن من ٢١ - ٣٤ سنة، وجماعة السن أكثر من ٣٥ سنة، فصغار السن من ٢١ - ٣٤ سنة

ً ا أقل بالموضوعات ذات

المحتوى التقليدى مثل الأخبار المحلية، الأخبار القومية، مادة الرأى.

كما أسفرت حلقة نقاش عقدتها الجمعية الأمريكية لمحررى الصحف: ASNE عن الصحافة وعلاقتها بالجمهور، وأساليب خدمته عن المؤشرات التالية:

- أن الجرائد تستطيع زيادة عدد نسخها المباعة بإعطاء معلومات مفيدة إلى القارئ (المستهلك) فيتمكن من استيعابها والاعتماد عليها فى سلوكه.
- أن الجرائد ينبغى أن توجه اهتماما أكبر لبعض الموضوعات التى يعنى بها القراء وتتصل بالطريقة التى يمكن أن يحصلوا بها بشكل مباشر وجيد على السلع والخدمات المختلفة كشراء سيارة وإصلاح أجهزة وطلاء منزل.
- أن الجرائد ينبغى أن تعطى اهتماما أكبر للموضوعات التى تهم القراء الأكبر سنًّا والأكثر عددا ، من خلال ركن تخصصه الجريدة للمحالين إلى المعاش يقدم لهم أساليب التسلية، الوجبات المناسبة، الهوايات الرياضية المفيدة، وهذا الركن قد يصبح مقروءاً عن الفضائح الجنسية والجرائم.

وقد أكدت دراسات مؤسسة Dallas, Inc على أن الجرائد ينبغى أن تزود القارئ بمعلومات أكثر إفادة له، ووصف رئيس المؤسسة الثورة الجديدة التى ينبغى أن تسود تحري\u200cر المجلة وكتابتها، وتخطيط عملها اليومى وتوجيه محتواها بأنها تلك التى تخصص مساحات أكبر للمعلومات التى تتصل بمنفعة ذاتية للقارئ واهتماماته المادية الحياتية المباشرة.

ويرى بعض المحللين وخبراء إدارة الصحف أن إضافة الملاحق الخاصة بالخدمات لا سيما فى طبعة الأحد فى الجرائد القومية الكبرى مثل: New York Times قد تكون الوسيلة الأمثل للاحتفاظ بالجرائد بعيدا عن الأزمة الاقتصادية التى سوف تصل إليها يومًا ما، رغم اعتراضات المثاليين واعتبارهم أن تيار صحافة الخدمات قد يكون ضد سمعة هذه الجرائد وشهرتها ومكانتها.

رؤية صحافة الخدمات وتقنيتها:

لا يعالج تيار صحافة الخدمات الظواهر والأحداث والأفكار من زاوية مجردة أو فلسفية أو نظرية، بل يأخذ الجانب النفعى أو السلوكى أو العلمى لها.

فدعاة صحافة الخدمات يقولون: إن معظمنا غير مجهز لمواجهة المشاكل العالمية العظمى كالفساد السياسى والاستقطاب الدولى والتضخم والفقر والكوارث الطبيعية وغيرها، ونحن ننظر إليها ونستعرض عناوينها ونهز أكتافنا ورؤوسنا، ثم نذهب بعيدًا عنها، ولكن معظمنا يتأثر بها من قريب أو من بعيد، ويتطلب هذا منا أن نتخذ قرارات، ووظيفة الصحافة، وهى هنا صحافة الخدمات، أن تذكر لنا كيف سنتأثر؟ وكيف نواجه ذلك؟ وماذا نفعل حيالها؟

ففى عام ١٩٧٦ أصاب جفاف ضخم بعض أجزاء الولايات المتحدة، وترتب على ذلك نقص فى الماء والطاقة، وقامت الصحافة التقليدية بإخبار القراء عن الجفاف: ماذا حدث؟ وكيف؟ ولماذا؟ وما هى التوقعات المستقبلية؟ ولكن صحافة الخدمات أخبرتهم عما ينبغى أن يفعلوه فى مواجهة هذا الحدث، وكيف يتكيفون مع مضاعفاته خاصة نقص المياه، فنشرت جريدة Los Angeles Times عدة موضوعات توجهها رؤية صحافة الخدمات من بينها: "كيف تختبر قدرة منزلك على عدم تسرب الماء منه؟"، "خمس طرق للتكيف مع نقص الماء" "لكى تكون آمنًا تعلم كيف تقرأ مقياس الماء".

وعندما نشرت الجرائد أنباء عن انتشار العنف فى فيلادلفيا، نشرت بعض الجرائد موضوعات تقليدية لمعالجة هذه الظاهرة، ولكن الجريدة التى تبنت

Philadelphia Inquirer
التى نشرت بعض الموضوعات الخدمية مثل ما نشرته عن: "عشرة أماكن خطرة تجنب دخولها عند هبوط الظلام"..

وهناك أنماط أو أشكال صحفية أساسية لتحرير موضوعات الخدمات سنعرض لها بالتفصيل فى الجزء التالى ..

رابعًا - تيار الصحافة الجديدة New Journalism:

ظهر خلال الستينيات من القرن العشرين تيار صحفى جديد، تضمن منهجاً جديداً فى التفكير وأسلوباً مختلفاً فى التعبير، وتعديلاً فى أنماط الاتصال الصحفى التقليدية سمى بتيار الصحافة الجديدة، وأبرز ما اتسم به هذا التيار الصحفى الجديد من حيث الشكل والمضمون ما يلى :

* أنه يختلف عن معظم الممارسات التقليدية لوسائل الاتصال، حيث أتى كرد فعل لحاجات الجمهور الجديد لأشكال صحفية مستحدثة فى مواجهة الأشكال الاتصالية خاصة ما أفرزته وسائل الاتصال الإليكترونية الحديثة، وكرفض للأفكار التى تعتنقها الجرائد التقليدية عن الأخبار المتوازنة والموضوعية والاستخدام التقليدى لمصادر الأخبار.

* أنه امتداد لصحافة التنقيب عن الفساد فى القرن التاسع عشر والعشرين وصحافة المنشورات السياسية فى القرن الثامن عشر، وصحافة الخبر المتحيز فى القرن السابع عشر، ويسمح هذا التيار للمحرر ويشجعه على استخدام مدخل أكثر إبداعاً فى تغطيته ويمكنه من اللجوء إلى الأسلوب السردى الروائى، ويعطى له وظيفة الملاحظ المنغمس فى الحدث.

* أنه يقوم على فكرة ماكلوهان Mcluhan التى تقول: إن الشكل يسبق المحتوى، وإن الوسيلة هى الرسالة، ومشاركة هذا التيار والإضافة الحقيقية لهذا التيار تكمن فى الأسلوب، فهو يستغل المضمون الصحفى وينشره فى أسلوب روائى، ويجمع بين الحقيقة الموضوعية للصحافة

* أنه نوع من التغطية الصحفية الإخبارية التي تعرض الأحداث بشكل يجلب معه جوانب انطباعية تعبيرية انطباعية مثل صورة، صوت، مشاعر الحدث، خلفيات الحقائق، ويربطها مقارنة بحقائق أخرى من التاريخ والمجتمع والأدب فى أسلوب فنى يعطى عمقًا وبعدًا أكبر للحقائق.
* أنه لا يستنكر التحيز الواضح، ووضع الرأى فى الأعمدة الإخبارية.

وترجع أصول هذا التيار الصحفى إلى أوائل الستينيات من القرن الماضى، وترتبط بثلاثة عوامل أو دوافع مهمة هى:

أولاً- التغير الاجتماعى والثقافى ؛ فقد تميز عقد الستينيات فى الولايات المتحدة بالعديد من الأحداث والتغيرات التى يرى البعض أنه لم يحدث مثلها بهذا الحجم والمدى فى عقود سابقة، وكلها حدثت فى قاع المجتمع الأمريكى: كالشغب وعدم الاستقرار الطلابى والاغتيالات (جون كيندى) والحروب (فيتنام ومحاولة غزو كوبا) واغتراب الشباب داخل مجتمعه، وبدايات الرفض الراديكالى للعلم والتكنولوجيات الجديدة بكل ما تبعهما من مستحدثات.

وانطلقت الدعوات إلى مذهب إنسانى جديد New Humanism وبحث الشباب الرفض للحياة المادية الطبقية المرفهة عن أسلوب حياة بديل، من خلال التأمل والانغلاق على الذات، وحياة الكهوف والخمور والمخدرات.

كما شهد هذا العقد بداية ما سمى بالثقافة المضادة Counter Culture التى تنفصل عن المسلَّمات التقليدية والأعراف والقيم المجتمعية بشكل متطرف، والتى نادرًا ما ينظر إليها على أنها ثقافة على الإطلاق.

ثانياً- رغبة بعض الكتاب والمحررين فى اكتشاف بديل للصحافة التقليدية مضمونا وشكلاً ، هربا من ضغوطها الاقتصادية والسياسية وروتين العمل اليومى.

ثالثاً- المستحدثات التكنولوجية كوسائل الاتصال الإليكترونية، وبرامج الحاسبات الإليكترونية ومعداتها، وطابعات الأوفست المتطورة، فقد قضى التليفزيون على العديد من المجلات العامة والمصورة، وانتهت الأيام التى كانت الجرائد فيها تنشر الكتب مسلسلة، حتى الشرائط المصورة الهزلية Comic Strips التقليدية كادت أن تختفى، كما غير التليفزيون العادات البرامجية مثلما غير المجلات والجرائد.

وجاء ظهور الطباعة الأوفست المتطورة واستخدامها بشكل واسع ليكون مؤثرا مهما على الصحافة الجديدة، فقد أصبح ممكنا وبسعر رخيص إنتاج جريدة، بدون حاجة إلى استثمارات ضخمة فى معدات جمع الحروف وطابعاتها، واستطاع الطابع الفرد إنتاج عشرات من الجرائد الصغيرة، وأمكن للجريدة البديلة أو السرية أن تطبع بسرعة وبتكاليف محدودة.

كما سمح استعمال طابعات الأوفست باستخدام خطوط اليد والرسوم اليدوية الأخرى إلى جانب المتن بدون نفقات إعداد كليشيهات باهظة، مما أتاح للفنانين أصحاب مذهب السايكوديلك Psychodelic الاندماج مع الصحفيين الجدد.

ويضم هذا التيار أربعة اتجاهات أو مدارس صحفية رئيسية:

١- اتجاه اللارواية الجديدة New Nonfiction:

وسميت بالريبورتاج أو الصحافة الموازية Parajournalism وظهرت علي صفحات الصحف (جرائد ومجلات)، من خلال الأعمدة الصحفية ومقالات المعالم وبعض الكتب، وعالج محتواها قضايا اجتماعية ومشاعر شخصية وأحداثا جماهيرية.

٢- اتجاه الصحافة البديلة Alterative Journalism:

وتسمى أيضا بصحافة التنقيب عن الفساد الحديثة، أو التغطية الاستقصائية ويركز محتواها على التحقيقات الصحفية التى تكشف الأعمال الفاسدة فى منظمات الحكومة وتهاجم صحافة المؤسسات.

٣- الصحافة المدافعة أو المتحيزة Advocacy Journalism:

وترفض مبدأ الموضوعية التقليدية، وتركز على قضايا الجماهير والسياسات وأساليب التغير الاجتماعى، ويتم ممارستها من خلال بعض الأعمدة الصحفية وموضوعات المعالم فى الجرائد والمجلات.

٤- اتجاه الصحافة السرية Underground Journalism:

وتعالج قضاياها من رؤية متطرفة عنيفة، رافضة مختلفة، معبرة عن ثقافات مضادة لثقافات المجتمع التقليدية، وتركزت فى بعض الصحف غير الجماهيرية أو قليلة التوزيع فى المناطق الحضرية وفى الجامعات، والمدارس العليا (الثانوية)، وبلغ عددها عام ١٩٧٠ حوالى ٤٥٠ صحيفة توزع خمسة ملايين نسخة ويشترك فى قراءتها حوالى ٣٠ مليون شخص، ولكن مع بداية سبعينيات القرن الماضى وطوالها قل انتشار هذا التيار مع تغير دوافع ظهوره وبواعثه، فقد شهدت السبعينيات مناخا سياسيا واقتصاديا وفكريا وثقافيا وعلميا مختلفا أفرز صحافة مختلفة ولكن بقيت بعض آثار لهذا التيار الصحفى المتميز.

ملخص الوحدة الثالثة



تناقش هذه الوحدة الجوانب الخاصة بالتخطيط والتفكير للتحرك الصحفى، وكيفية جمع المعلومات الصحفية وتحليلها واستخلاص النتائج منها، وفى هذا الإطار تطرح تساؤلا حول الصلة بين الصحفى والباحث العلمى، وأوجه التشابه والاختلاف بينهما.

وتتناول الوحدة الاتجاه إلى استعمال أدوات البحث العلمى الاجتماعى فى العمل الصحفى والتفسيرات المختلفة لذلك.

وتعرض الوحدة لمستويين للاستفادة من البحث العلمى الاجتماعى فى العمل الصحفى هما: الاستفادة من الخطوات المنهجية للبحث العلمى، الاستفادة من أهم سمات المنهج العلمى مثل التكميم والقياس، ثبات القياس وصدقه، النظرية، فرض الفروض واختبارها، الاستنتاج السببى، وتركز على وجه الخصوص على صحافة التحديد كمدرسة صحفية تستخدم بعض التقنيات الأساسية للبحث العلمى الاجتماعى من خلال أربعة مداخل رئيسية هى:

١- الملاحظة بالمشاركة.
٢- التجربة الميدانية.
٣- تيار الدراسة المنظمة للوثائق.
٤- استقصاءات الرأى العام.

كما تناولت الوحدة الأساليب الجديدة للتغطية الصحفية وهى:

١- التغطية التفسيرية.
٢- التغطية الاستقصائية.
٣- تيار صحافة الخدمات ورؤيتها وتقنيتها.
٤- تيار الصحافة الجديدة واتجاهاتها (الصحافة البديلة، الصحافة المتميزة، الصحافة السرية، اللارؤية الجديدة).



أسئلة على الوحدة الثالثة

س١ عرّف المصطلحات الصحفية التالية:

* تيار صحافة الخدمات.
* المنقبون عن الفساد.
* اتجاه اللارواية الجديدة.
* صحافة التحديد.
* الصحافة التفسيرية.

س٢ حدد (من وجهة النظر العلمية والعملية) كيفية استفادة الصحفى من التقنيات التالية مطبقا على قضية أو موضوع صحفى:

* استقصاءات الرأى العام.
* الملاحظة بالمشاركة.
* الدراسة المنظمة للوثائق.
* القياس كأحد سمات المنهج العلمى.
* التجربة الميدانية.

س٣ أكمل ما يلى:

* هناك أوجه تشابه بين الصحفى والباحث العلمى منها:

-
-
-

إلى جانب وجود اختلافات بينهما تتمثل فى أمور منها:

-

-

* من الأسباب التى دعت إلى استعمال أدوات البحث العلمى الاجتماعى فى العمل الصحفى:

-

-

-

* ومن بين أدوات البحث العلمى الاجتماعى التى بدأت الصحف فى استخدامها.

-

-

-

* تقوم مدرسة صحافة التحديد على جانبين هما:

-

-

-

وتستخدم أربعة مداخل هى:

-

-

-

-

* هناك مجموعة من الأمور لابد من مراعاتها عند تغطية استقصاءات الرأى العام منها:

-

-

-

-

-

* نقصد بالتغطية الاستقصائية:

-

ومن بين النماذج التى استخدمت هذه التغطية فى الصحافة الأمريكية.

-

-

وتستخدم هذه التغطية من أجل:

-

-

أنشطة يقوم بها الدارس

١- من خلال متابعتك الدائمة لصحيفة معينة حاول أن تحلل مدى استخدامها لبعض أساليب التغطية الصحفية الجديدة.

٢- اختر موضوعا معينا وحدد كيف يمكنك معالجته صحفيا مستخدما بعض تقنيات البحث العلمى الاجتماعى.

٣- تابع ما تقدمه صحيفتك من مادة صحفية خدمية على مدى أسبوع، محددا إلى أى مدى تهتم فى تخطيطها وتفكيرها لتحركها الصحفى بتيار صحافة الخدمات.

(1) Bogart, Leo: "**Social Sciences in the Media**", In: Yu, Fredrick T.C (ed): "**Behavioural Sciences and the Mass Media**", Russel Sage, New York, Second edition, 1972.

(2) Bogart, Leo & Klare, William, L.: "**Mass Media Scientific Research : Major Issues, Similarities, and Differences**, in Karl Sand: "**Newspaper of the Seventies**", A report to the ANPA National Readership Project, 1971.

(3) MC, Combs, Maxwell & Others. "**Handbook of Reporting Methods**", Houqhtoun Mifflin Company, U.S.A., U.K., 1976.

(٤) سمير محمد حسين: "**بحوث إعلام: الأسس والمبادئ**"، القاهرة، ١٩٨٢، بدون ناشر.

(5) Aydelotte, William: "**Quantification in the historical and Experimental Approach**", Madison Harcourt Co., 1975.

(٦) حسين عبد الحميد أحمد رشوان: "**العلم والبحث العلمى: دراسات فى مناهج العلوم**"، المكتب الجامعى الحديث، الإسكندرية، ١٩٨٢ .

(٧) صلاح مصطفى الفوال: "**مناهج البحث فى العلوم الاجتماعية**"، مكتبة غريب، القاهرة، ١٩٨٢ .

(8) Meyer, Philip: "**Precision Journalism: An Introduction to social science methods**", Amidland Book, Indiana University, New York, 3rd ed, 1975.

(٩) نادية سالم وآخرون: "**تحليل المضمون فى الدراسات الإعلامية**"، العربى للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٨٣، ص ص١٩-٣١ .

(10) Holsti Ole. P. : **"Content Analysis for the Social Sciences and Humanities"**, Addison-Wesley, Massachusetts, 1969.

(١١) محمود علم الدين: **"الجوانب العملية فى التغطية الإخبارية"**، مجلة النيل، مركز النيل للإعلام والتعليم والتدريب، الهيئة العامة للاستعلامات، القاهرة، العدد ١٤، يناير ١٩٨٣ .

(12) Rivers, William. L.: "**Mass Media: Reporting, Editing, Writing**", Ames, Iowa State University.

(13) Mac Dougal, Curis: "**Interpretative Reporting**", 8th edition, Macmillan Publishing Co., New York, London 1982.

(14) Weinberg, Steve: "**Plugged in Journalism: Investigative Reporting and Computers**", Columbia Journalism Review, November & December, 1982.

(15) Willaims, Paul: "**Investigative Reporting and Editing**", Prentice Hall Englewood Cliffs, New Jersy, 1978.

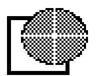
(16) Klemman, Ray: "**Investigative Writing fund has aided successful Probes**", Editor & Publisher, November 17, 1973.

(17) Metzler, Ken: "**News gathering**", Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersy, 1979.

(18) Dennis, Everette, E.: "**The New Journalism: How it come to be**", In Ohlgen, Thomes. H. & Berk, Lynn. M.: "**The New Languages: A Rhetoric Approach to the Mass Media and Popular Culture**", Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersy, 1977.

(19) Izard, Ralph. S. & Others: "**Fundamentals of News Reporting**", Kendall. Hunt Publishing Co., Dubuqe, Iowa, 3rd edtion, 1977.

(٢٠) خليل صابات: **وسائل الاتصال، نشأتها وتطويرها**، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، الطبعة الثالثة، ١٩٨٢ .



الوحدة الرابعة
الأشكال الإخبارية

الأهداف:

بعد دراسة هذه الوحدة، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن:

١- يعرف من أين يستمد أفكار مادته الصحفية اليومية.

٢- يفهم أنواع التغطية الإخبارية ومستوياتها.

٣- يتعرف على مصادر المادة الصحفية فى الصحيفة.

٤- يتعامل مع المصادر المختلفة للأخبار.

٥- يميز بين الأشكال الصحفية التى تعرض من خلالها المادة الإخبارية فى الصحيفة.

٦- يقيم المعلومات الصحفية التى حصل عليها لتحديد ما يستحق أو لا يستحق النشر.

٧- يكتب الأخبار ويحررها فى قوالب صحفية مناسبة للصحيفة كوسيلة اتصال مطبوعة.

٨- يواجه المواقف التحريرية المختلفة داخل صالة التحرير فيما يتعلق بالتغطية الإخبارية.

العناصر:

١- ثمانى مجموعات أساسية للأشكال الصحفية.

٢- المكونات الأساسية لأفكار المادة الصحفية.

٣- أنواع التغطية الإخبارية: محايدة، تفسيرية، متحيزة أو ملونة.

٤- مستويات التغطية الإخبارية: تمهيدية، تقريرية أو تسجيلية، متابعة.

٥- مراحل التغطية الإخبارية.

* الحصول على الأخبار وجمعها (مصادر التغطية).
* تقويم الأخبار (القيم الخبرية - السياسة التحريرية).
* تحرير الخبر (العنوان - المقدمة - جسم الخبر).
* مراجعة الأخبار.

٦- الأشكال الصحفية التى تعرض المادة الإخبارية فى الصحيفة.

٧- ملخص .

٨- أسئلة .

٩- أنشطة .

١٠- مراجع .

الوحدة الرابعة
الأشكال الإخبارية

وتتعلق هذه الجوانب بتنفيذ الموضوع الصحفي، أو التعبير عن الفكرة أو الحدث الصحفي، أو تجسيده في شكله الصحفي المكتوب، وتنطلق من رؤية خاصة تعتمد على الجوانب الخاصة بعملية التخطيط والتفكير والتحرك الصحفي في تغطية الموضوع الصحفي، وجمع مادته ومعلوماته من مصادرها المختلفة وتصنيفها وتحليلها والوصول إلى خلاصات منها إما بالتقنيات التقليدية، أو بتلك التي تستفيد من تطورات السبعينيات من القرن الماضى، وما برز خلالها من تيارات جديدة في أسلوب الفكر والتحرك الصحفي من: استعمال لأدوات البحث العلمي الاجتماعي وخلاصات العلوم السلوكية في جمع المادة الصحفية وتصنيفها وتحليلها، والأساليب الجديدة للتغطية الصحفية، وصحافة الخدمات، أو تيار الصحافة الجديدة.

وأياً كان أسلوب التحرك الصحفي أو منهجه أو طريقته، أو أسلوب جمع المعلومات أو المادة الصحفية من المصادر المختلفة وفقا لخطة معينة، فإنه علي الصحفي بنفسه ثم بواسطة المحرر المسئول تقييم ما تم تنفيذه أو الحصول عليه في ضوء الخطة الموضوعة، ومراجعة ما يمكن أن يراجع واستكمال الجوانب غير الكاملة، ثم تأتي الخطوة التالية التي تتعلق بالجوانب التعبيرية أو التنفيذية في العمل الصحفي والتي تتمثل في تحرير أو صياغة المادة الصحفية بما تتضمن من معلومات وبيانات وأرقام وصور ورسوم في لغة صحفية بسيطة، سهلة، مفهومة، محددة، دقيقة، مقروءة ومناسبة لمستوى قراء الجريدة، ولسماتها كوسيلة اتصال مطبوعة.

وعملية التحرير هذه أو الصياغة تأخذ أكثر من شكل (أو قالب أو نمط) صحفي تسمى أشكال التحرير الصحفي، أو الأنماط أو القوالب الصحفية، أو

وهذا التصنيف قد يكون فيه نوع من التداخل بين بعض الأشكال الصحفية في المجموعات الثمانى الأساسية للأشكال الصحفية، التي يحاول كل منها أداء وظيفة اتصالية (صحفية هنا) مهمة من وظائف الجريدة كعملية اتصال بالجماهير متكاملة الأطراف وتفسير ذلك يعود إلى طبيعة العملية الصحفية اليومية والممارسات اليومية وتداخل بعض الوظائف، وكذلك بعض الأشكال وأدائها للوظائف نفسها في الوقت معا، ونصنف هنا أساليب التعبير أو التنفيذ الصحفي، أو أشكال الكتابة الصحفية أو التحرير الصحفي في ثمانى مجموعات رئيسية هي:

أولاً: مجموعة الأشكال الصحفية التي تعرض المادة الإخبارية.

ثانياً: مجموعة الأشكال الصحفية التي تعرض المواد التفسيرية والاستقصائية.

ثالثاً: مجموعة الأشكال الصحفية التي تعرض المواد الخاصة بالرأي.

رابعاً: مجموعة الأشكال الصحفية التي تعرض المواد الخاصة بالخدمات.

خامساً: مجموعة الأشكال الصحفية التي تعرض المواد المتخصصة المجمعة.

سادساً: مجموعة الأشكال الصحفية التي تعرض المواد الخاصة بالتسلية.

سابعاً: مجموعة الأشكال الصحفية التي تعرض المواد الإعلانية.

ثامناً: مجموعة الأشكال الصحفية التي تعرض المواد المصورة.

وتنطلق الرؤية السابق عرضها لأشكال التحرير الصحفي والمستمدة أيضا من حقيقة أساسية، أو بديهية أفرزتها الممارسات الصحفية اليومية فى قاعات التحرير في الجرائد والمجلات وخارجها، وأتت نتائج دراسات تحليل مضمون الصحف لتؤكدها، تلك الحقيقة أن المحرر الصحفي في عمله اليومى يستمد أفكار مادته الصحفية- التي يقوم بعد ذلك بتغطيتها واستخدام معلوماتها ثم تحريرها- من المكونات الأساسية التي تشكل المواد الخام للعمل الإعلامى وللمحتوي الصحفي وبالتالي للأشكال الصحفية وهي:

١- الأحداث Events:

وهي عبارة عن مجموعة الوقائع أو العمليات أو السلوكيات الفردية أو الجماعية أو المؤسسية التي وقعت بالفعل، وتطورت وأصبحت لها نتائجها وتداعياتها القيمة وذات المغزي بالنسبة لقراء الصحفية، أو التي يتوقع حدوثها مستقبلا، وهذه الأحداث تشكل الهدف الرئيسي والأساسي الذي تسعى الجرائد والمجلات للحصول علي كل تفصيلاته وجوانبه المختلفة.

٢- الأفكار Insights, Ideas:

وهي الرؤى الفكرية أو الاقتراحات التي عادة ما تتسم بالجدة والأصالة والابتكار والخروج عن المألوف أحيانا وتتعلق بقيم المجتمع وتقاليده وسلوك أفراده أو أداء مؤسساته أو علاقاته الإقليمية الدولية، وقد تتسم على النقيض أو

٣- القضايا Controversies, Issues :

وهي المحتويات الفكرية أو الرؤي التي تحوي داخلها جوانب الخلاف والتضاد والتباين في وجهات النظر، وتحتاج في الوقت نفسه إلى مناقشتها بهدف استجلاء جوانبها وعرض مختلف أركانها وحجج المؤيدين لها والمعارضين وحتى المحايدين.

٤- المشكلات Problems:

وهي الظواهر او الوقائع أو الممارسات السلبية التي يكون لاستمرارها وعدم توقفها وقعه السلبي علي جمهور قراء الجريدة بخاصة والمجتمع بصفة عامة، ولا خلاف علي أنها ذات طابع سلبي، ويكون دور المحرر الصحفي هنا هو دراسة الأسباب والجذور، وتقصي الدوافع والمسببات، ومحاولة طرح حلول عملية لمواجهتها.

٥- الآراء Opinions:

وهي الاتجاهات المعلنة والمعبر عنها تجاه بعض الظواهر أو القضايا أو المشكلات للأفراد كأفراد أو كممثلين لهيئات أو مؤسسات، وواجب الصحيفة هنا عرضها وإتاحة الفرصة لها، بشرط الحرص على دقتها ومنطقيتها وصحة المعلومات التي تستند إليها، حتي لو كانت مختلفة معها أو ضد توجهاتها الفكرية وسياستها التحريرية المعلنة أو المفهومة ضمنيا.

المادة الإخبارية:

المقصود بالمادة الإخبارية في الصحيفة هي تلك الأخبار أو الموضوعات التي تقدم تقارير حالية عن أحداث تهم قطاعات عريضة من جمهور قراء هذه الصحيفة، ويتم انتقاء هذه الأحداث واختيارها في ضوء السياسة التحريرية لهذه الصحيفة.

وتسمى العملية التي يقوم خلالها المحرر الصحفي بالحصول علي معلومات عن التفاصيل والتطورات والجوانب المختلفة لحدث أو واقعة أو تصريح ما أو يجيب عن كل الأسئلة التي قد تتبادر في ذهن القارئ بشأن هذه الواقعة أو الحدث أو التصريح، ثم يقيم هذه المعلومات ثم يحررها بأسلوب صحفي مناسب وفي شكل صحفي مناسب- بالتغطية الإخبارية، وهي إحدى أشكال التغطية الصحفية.

وهناك عدة أنواع للتغطية الإخبارية من حيث اتجاه المضمون هي :

١- التغطية المحايدة Objective News Reporting: ويقدم الصحفي فيها الحقائق فقط أي قصصاً إخبارية موضوعية خالية من العنصر الذاتي الشخصي والتحيز أي يعرض الحقائق الأساسية والمعلومات المتعلقة بالموضوع بدون تعميق أبعاد جديدة أو تقديم خلفيات أو تدخل بالرأي أو مزج الوقائع بوجهات النظر.

٢- التغطية التفسيرية Interpretative News Reporting: وفي هذا النوع من التغطية يقوم الصحفي بجمع المعلومات المساعدة أو التفسيرية إلى جانب الحقائق الأساسية للقصص الإخبارية؛ وذلك بهدف تفسير الخبر أو شرحه وخدمة القراء الذين ليس لديهم وقت كاف للبحث بأنفسهم، بشرط أن تكون هذه التغطية منصفة تقدم كل التفاصيل.

وتتضمن هذه التغطية وصف الجو العام المحيط بالحدث أو وصف المكان أو وصف الأشخاص وذكر بعض المعلومات الجغرافية أو التاريخية أو الاقتصادية أو السياسية عن البلد التي وقع فيها الحدث وتحليل الأسباب والدوافع والنتائج والآثار المتوقعة المبنية على الجهد والدراسة والربط بين الواقع والأحداث المشابهة وعقد المقارنات.

٣- التغطية المتحيزة أو الملونة Advocacy News Reporting: وفي هذه التغطية يركز الصحفي على جانب معين من الخبر، وقد يحذف

أما أنواع التغطية من حيث توقيت حدوثها فتنقسم إلى:

١- **التغطية التمهيدية Preliminary News Reporting:** ويقصد بها قيام الصحفي بتغطيـة تفاصيل حدث متوقع ورصد وقائعه قبل أن تحدث فعلاً وتسمى بالقصة الصحفية التمهيدية Advance story.

٢- **التغطية التقريرية أو التسجيلية DocumentaryNews Reporting :** وهي التغطية التي تتم بعد وقوع الحدث فعلاً، وهي تتم للأحداث المتوقعة حيث يظهر فيها مدى الاتفاق بين ما كان متوقعا حدوثه وما حدث فعلا، وفي هذه الحالة لا بد من تذكرة للقارئ بالتطورات السابقة لربطه بالخبر القديم، كما يتم للأحداث غير المتوقعة.

٣- **تغطية المتابعة Follow up News Reporting:** وهي التغطية التي تعالج نتائج أو تطورات جديدة في أحداث أو وقائع سابقة مازالت تطوراتها ناقصة.

مراحل التغطية الإخبارية:

وتمر التغطية الإخبارية بالمفهوم السالف تحديده بالمراحل التالية:

المرحلة الأولى: الحصول على الأخبار أو جمعها News Gathering:

ويحصل المندوب الصحفى على أخباره من خلال مصادره المختلفة الحية، كالشخصيات فى المؤسسات والشركات والهيئات والقطاعات والجهات المختلفة وغير الحية كالوثائق والتقارير، النشرات، الوثائق المسموعة كالتسجيلات أو المسموعة المرئية أو الاسطوانات الممغنطة CDs.

أما المصادر Sources أو القنوات Channels التي تحصل الصحيفة من خلالها على الأخبار فيمكن إجمالها فيما يلى:

١- المندوب الصحفى :

ويقصد بالمندوب الشخص أو الأشخاص الذين توفدهم الصحيفة لجهة ما أو قطاع معين من قطاعات اهتمامات الصحيفة ليكونوا ممثلين لها فى هذه الجهة أو القطاع لتغطية أخبارها ومد صحيفته بها ويصنف المندوب الصحفى إلى مندوب مبتدئ Cup Reporter ومندوب خبير متخصص فى تغطية أخبار مكان ما Beat Reporter ومندوب صحفى متخصص Specialized Reporter فى تغطية نوعية معينة من الأخبار (مندوب علمى أو سياسى أو اقتصادى أو برلمانى... إلخ).

٢- المراسل الصحفى:

وهو مندوب الصحيفة خارج الإقليم الذى تصدر فيه - فإذا كان فى داخل البلد نفسه ولكن خارج المدينة التى تصدر فيها الصحيفة يسمى مراسل الصحيفة المحلى أو الإقليمى وإذا كان خارج البلد الذى تصدر فيها الصحيفة أطلق عليه المراسل الخارجى.

والمراسل الخارجى قد يكون مقيما بصفة دائمة فى بلد ما يغطى أخبارها ويزود صحيفته بها ، وميزة هذا النوع من المراسلين أنهم يصبحون على دراية بالاتجاهات المختلفة فى هذا البلد تمكنهم - إذا أرادوا - من تقديم تقارير صادقة وكاملة عن الأحداث فيها، فضلاً عن قدرتها على تكوين مصادر وعلاقات وثيقة – بشكل أقوى – بصانعى الأحداث والقرارات فى هذا البلد.

إلا أن هذا النوع من المصادر يعيبه أن البعد لفترة طويلة نسبيا عن البلد الذى تصدر فيه صحيفته قد يفقده القدرة على التعرف على التغييرات والتطورات التى قد تطرأ على اهتمامات قراء صحيفته وسماتهم والتى تشهد تطورات سريعة.

وتعالج بعض الصحف هذه المشكلة بدعوة مراسليها الدائمين بين حين وآخر للبلد للإقامة لفترة معينة أو لحضور دورات تدريبية تخصصية، غير أن النفقات الباهظة التى يتطلبها إيفاد مراسل يقيم بصفة دائمة يجعل من الصعب على أية صحيفة فى العالم أن يكون لها مراسلون دائمون فى كل عواصم العالم، ولذا تنتقى العواصم التى تمثل نقاطًا مهمة بالنسبة لدوائر اهتمام الصحيفة لتوفد إليها مراسلين دائمين، وهذه مسألة نسبية وتختلف من صحيفة لأخرى.

وهناك نوع آخر من المراسلين وهو المراسل المتجول الذى توفده الصحيفة لتغطية الأحداث فى منطقة جغرافية معينة ويتخذ له عاصمة معينة من عواصم الدول التى تنتمى لهذه المنطقة كمقر رئيسى لإقامته بشرط أن تكون نقطة متوسطة فى قلب هذه المنطقة ويصبح عليه الانتقال من هذه النقطة إلى أى موقع تقع فيه أحداث مهمة فى دائرة المنطقة الجغرافية التى عليه أن يغطى أخبارها.

ويعيب هذا النوع من المراسلين أنه قد تفوته تغطية بعض الأحداث فى موقع ما أثناء وجوده فى موقع آخر داخل دائرته، غير أنه حل لا بأس به لمواجهة - صعوبة أن يكون لصحيفة - مراسل خاص فى كل عاصمة.

وهناك المراسل الذى يوفد لتغطية حدث معين أو لمهمة معينة ثم يعود بعدها لصحيفته.

وتصل رسائل المراسلين إلى صحفهم بطريقة أو بأخرى عن طريق الاتصالات السلكية واللاسلكية كالتليفون أو الراديو أو التلكس أو الأقمار الصناعية أو جهاز الفاكسميلى وهو النظام الشائع حاليا أو عن طريق البريد الإليكترونى وشبكات الكمبيوتر.

ويتوقف عدد مراسلى الصحيفة المحليين الخارجين على إمكانياتها الفنية والاقتصادية.

٣- وكالات الأنباء News Agencies:

ويقصد بوكالة الأنباء الوكيل أو الممثل للصحف وغيرها من وسائل الإعلام، التى تشترك معظمها فيها، وهى تملك إمكانيات فنية تسمح لها بجمع الأخبار ونقلها لأن كل وسيلة إعلامية بمفردها على حدة قد لا تستطيع أن تقوم بهذا العمل الباهظ التكاليف، وتقوم الوكالة بتغطية الأخبار ثم تبيعها للصحف وغيرها من المؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية أحيانًا مقابل اشتراكات محددة.

ويضم الجهاز التحريرى للوكالة شبكة من المندوبين يقوم كل منهم بتغطية الأماكن المهمة فى العالم من خلال مكاتب بعضها رئيسى فى العواصم الكبرى المؤثرة على السياسة الدولية والعالمية وتضم هذه المكاتب عددا من المراسلين وهناك مكاتب أقل أهمية، وفى بعض البلاد الأقل تأثيراً قد يكون للوكالة مراسل واحد يقوم وحده بكل العمل.

وترسل هذه المكاتب أو هؤلاء المراسلين بتقاريرهم الإخبارية إلى المقر الرئيسى للوكالة - الذى يقع عادة فى عاصمة البلد التى تنتمى إليها الوكالة - حيث يقوم جهاز من المحررين فى هذا المقر بتحرير هذه الأخبار وإعادة إرسالها إلى المشتركين غالبا عن طريق المبرقات الكتابية (آلات التيكرز) التى تنقل الأخبار وتنسخها أتوماتيكيا بالحروف الكبيرة على أشرطة من الورق يمكن أن تنتزع منها نصوص الأخبار عند وصولها إلى المؤسسة الإعلامية ليعاد صياغتها أو تحريرها وفقا لسياستها التحريرية، كما تستخدم الآن فى ذلك شبكة الحاسبات الإلكترونية وقد يتم ترجمتها إذا كانت واردة بلغة غير لغة البلد التى تصدر فيه الصحيفة وهناك وكالات عالمية للأنباء وهى وكالة الأنباء الفرنسية (أ. ف. ب) ووكالة رويتر البريطانية، ووكالة الأسوشيتدبرس (أ. ب)، ووكالة اليونيتدبرس انترناشيونال (ى. ب. أ) الأمريكية. وهذه الوكالات تتحكم فى نحو ٩٠٪ من الأنباء المتداولة فى العالم ولا تخصص إلا ما بين ٣٠٪ من أنبائها للعالم النامى كله الذى يمثل نحو ٧٥٪ من سكان العالم، وبهذا الشكل تحتكر هذه

وتقدم الوكالات إلى جانب الخدمات الإخبارية، خدمات صحفية أخرى تشمل الموضوعات والصور والرسوم والمقالات والطرائف وقصاصات الصحف.

٤- قسم الاستماع:

ومهمته التقاط الأخبار والمواد التى تذيعها محطات الإذاعة المختلفة أولا بأول وترجمتها إلى لغة البلد الذى تصدر به الصحيفة، وذلك من خلال مجموعة من المحررين يقيم كل منهم داخل حجرة أو كابينة حاجزة للصوت ولدى كل منهم جهاز لاستقبال الإرسال الإذاعى على درجة عالية من الحساسية للالتقاط الدقيق للإذاعات، وجهاز دقيق للتسجيل ويرسل محررو الاستماع بعض الأخبار التى يتم التقاطها إلى قسم الأخبار لتنشرها كما هى أو للاستفادة بها فى عملية التغطية التفسيرية لبعض الأخبار، وقد يحتفظ ببعض هذه الأخبار بقسم المعلومات بالصحيفة للاستفادة بها فيها بعد كخلفيات لبعض الأحداث.

وتزداد أهمية الاعتماد على الإذاعات وكذلك شبكات التليفزيون العالمية بعد انتشار البث المباشر والقنوات الفضائية حينما تقع بعض الظروف الطارئة فى دولة كانقلاب أو حرب أو كارثة طبيعية تغلق هذه الدولة أمام استقبال الصحفيين والإعلاميين فتصبح إذاعتها المسموعة والمرئية ربما المصدر الوحيد لأخبارها فى تلك الظروف الطارئة.

٥- الجرائد والمجلات المحلية والأجنبية:

فى بعض الأحيان تصبح الصحف مصدرا مهما للأخبار تنقل عنها الصحف أو غيرها من وسائل الإعلام بعض الأحيان أو تتابعها أو تستكملها أو تصححها إن كانت غير دقيقة.

٦- المصاحفون Freelancers والمتطوعون:

والمصاحف شخص يعمل بعض الوقت للصحيفة مقابل أجر، وهو ليس عضوا فى جهازها التحريرى، أما المتطوع فهو شخص من الجمهور العادى يتطوع بإبلاغ صحيفته بدون أى التزام مسبق بأى أحداث جديدة تصل إليه، وفى هذه الحالة توفد الصحيفة مندوبها الخاص لتغطية هذا الحدث تغطية كاملة ومفصلة.

٧- شبكات المعلومات العالمية: ومن أشهرها شبكة الانترنت.

وهناك بعض الأمور المهمة التي تفيد المندوب الصحفى فى جانب الأخبار منها:

١- عدم إهمال ما يتردد من شائعات، وعدم تصديقها لأول وهلة، بل لابد من البحث والتحرى للتحقق من صدقها أو عدمه.

٢- الدقة والصدق واستكمال تفاصيل حدث ما أهم من السبق والانفراد الإخباري.

٣- الاعتماد على أكثر من مصدر للحصول على تفاصيل حدث معين.

٤- دعم الصلة المبنية على الاحترام المتبادل بين المصادر والمندوب الصحفى فى الحصول على أخبار صادقة.

المرحلة الثانية- تقويم الأخبار News Evaluation:

وذلك لتقرير ما إذا كانت المعلومات التى حصل عليها الصحفى تستحق النشر فى صحيفته أو لا تستحق؟ وإذا كانت تستحق فهل تنشر كما هى أم تحتاج لاستكمال؟

ويتم ذلك من خلال عدة معايير هى:

١- القيم الخبرية:

وهي مجموعة من القيم التى إذا توافرت فى خبر أعطته قيمة ترفعه من مرتبة الواقعة العادية إلى مرتبة الواقعة التى تستحق النشر فى صحيفته، وهناك اختلاف بين الكتاب والباحثين فى هذا المجال حول تصنيف هذه القيم وذلك وفقا للانتماء الوطنى والأيديولوجى لكل منهم وللمرحلة التاريخية التى ينتمون إليها، فالقيم الخبرية عند الكتاب الذين ينتمون للفكر الليبرالى تختلف عنها عند الكتاب الذين ينتمون للفكر الاشتراكى.

وقد تأثر معظم- إن لم يكن كل- الكتاب العرب الذين تناولوا هذا الموضوع بالفكر الليبرالى فى تصنيفهم للقيم الخبرية، وإن كانت هناك دعوة ملحة الآن من جانب دول العالم الثالث ومن بينها الدول العربية إلى إعادة النظر فى المعايير التقليدية لاختيار الأنباء ونقلها وكثير من القيم الإخبارية التى أصبح مسلما بها إذا ما أردنا أن ننقل للجمهور فى كل أنحاء العالم صورة أصدق وأشمل للأحداث فى البلاد المتقدمة والنامية على السواء، ويمكن إجمال أهم هذه القيم الإخبارية فيما يلى:

١- الأهمية والضخامة.

٢- المنفعة والفائدة الشخصية.

٣- الصراع وما يرتبط به من توقع ونتائج.

٤- الشهرة.

٥- الاهتمامات الإنسانية.

٦- القرب المكانى والنفسى.

٧- التوقيت.

٨- الغرابة والطرافة.

إلـى جانـب ذلـك هنـاك بعـض الـسمات التـى ينبغـى أن تـوجد فـى أى خبـر يستحق النشر؛ هى:

- الجدة.
- الموضوعية.
- الدقة والصحة.

٢- السياسة التحريرية للصحيفة والمتغيرات المتصلة بها:

وهو موضوع تعرضنا له بالتفصيل فى وحدة سابقة.

وتنتهى عملية تقويم الخبر بأن نطلق عليه حكما من الأحكام التالية:

- أن الخبر صالح للنشر بشكله الحالى.
- أن الخبر غير صالح للنشر إما لعدم توافر القيم الخبرية التى تجعله صالحا للنشر أو لعدم اتفاقه مع السياسة التحريرية للصحيفة أو للسببين معا.
- أن الخبر صالح للنشر، ولكن بعد استكماله، ويمكن أن يتم ذلك من خلال الرجوع إلـى المصادر الأساسية للخبر إذا كـان الاستكمال لمعلومات أو وقائـع أساسـية فـيه أو مـن خـلال قـسم المعلـومات إذا كـان الاسـتكمال بغرض التفسير أو من أجل الرجوع إلى معلومات سابقة عن الحدث أو أحداث مماثلة له.

المرحلة الثالثة- تحرير الخبر News Editing:

ويقصد بها تحرير الأخبار أو صياغتها فى شكل أو قالب صحفى مناسب للـصحيفة كوسـيلة اتـصال مطـبوعة لهـا عـدة سـمات، مـنها الـسرعة، المـساحة المحددة، الوظيفية أى التعبير عن مناحى الحياة المختلفة وأنها الصلة بين القارئ العادى والمتخصص.

وأسلوب صياغة الخبر هو أحد أشكال الأسلوب الصحفى الذى يقف فى المرحلة الوسطى بين الأسلوب الأدبى والأسلوب العلمى فيأخذ من الأدب البساطة والسهولة ومن العلم الدقة والوضوح والتحديد.

ولذا، ينبغى أن يتسم أسلوب تحرير الخبر الصحفى بالسمات التالية:

١- الاستغناء عن الكلمات الزائدة مثل أدوات التعريف التى لا لزوم لها، ظروف المكان والزمان، أحرف الإضافة والربط، الجمل الطويلة، التكرار... إلخ.

٢- استخدام الألفاظ البسيطة الصحيحة لغويا والواضحة، وينصح بعدم استخدام صيغة "أفعل" التفضيل وتجنب المغالاة، ويفضل استخدام الفعل المضارع فى العناوين، والفعل المبنى للمعلوم، والألفاظ المحددة التى لا تحتمل التأويل أو التعبير عن أكثر من معنى.

٣- الموضوعية - قدر المستطاع - أى احترام قدسية الخبر وعدم خلطه بالرأى المباشر.

٤- استخدام الجمل والفقرات القصيرة، وينصح بألا يزيد عدد الكلمات فى الفقرة الواحدة على ٧٥ كلمة، وألا يزيد عدد الجمل فى الفقرة على أربع جمل.

وإن كان كل ما سبق يحتاج لدراسات خاصة يطلق عليها بحوث المقروئية Readability research أى البحوث التى تقيس مدى وصول كلمات الرسالة الإعلامية إلى المستقبل بسهولة وسرعة مع القدرة على تذكر محتواها إذا دعت الضرورة، وقد تم فى دول أوربا الغربية والولايات المتحدة تطوير معايير ومقاييس وصيغ موضوعة ومختبرة تقيس ذلك، إلا أننا فى الدول العربية لم نقم بمثل هذا العمل بقدر كاف

٥- ذكر مصدر الخبر بوضوح فى مضمونه خاصة، إذا كان الخبر يتضمن تصريحا يحمل رأيا لمصدره.

٦- الترتيب المسلسل المنطقى.

٧- استخدام الألفاظ المستحدثة شائعة الاستعمال أفضل من الترجمة الحرفية أو استخدام بعض الألفاظ المهجورة.

٨- الاستخدام الصحيح والدقيق لعلامات الترقيم أو أدوات الربط.

وهناك طريقتان تقليديتان لرواية الخبر الصحفى هما:

١- طريقة الهرم المعتدل (الأسلوب القصصى) وفيها يتم تحرير الخبر بأسلوب درامى قصصى وترتب وقائع الخبر حسب ترتيب وقوعها الزمنى Chronologically ، ويتضمن بداية ووسطا ونهاية للخبر، لا حسب أهميتها أو خطورتها، بل على أساس أن ذروة الخبر تقع فى نهايته.

٢- طريقة الهرم المقلوب وفيها يتم تحرير الخبر بأسلوب غير درامى ترتب فيه وقائع الخبر حسب أهميتها لا حسب ترتيب وقوعها الزمنى أى توضع ذروة الحدث فى بدايته يليها الفقرات الأقل أهمية وهكذا.

والخبر الصحفى سواء أكان بسيطا (يحتوى على واقعة إخبارية واحدة) أو كان مركبا (يضم أكثر من واقعة إخبارية أو أكثر من خبر) يتكون من ثلاثة أجزاء رئيسية هى :

١- العنوان Headline.

٢- المقدمة (الاستهلال) Lead.

٣- جسم الخبر (المتن) Body.

العنــوان:

قد يتكون من سطر واحد أو عدة سطور، وقد ينشر على عمود واحد أو يمتد على أكثر من عمود ويهدف العنوان إلى تحقيق الوظائف التالية:

- إعطاء تقرير سريع وخاطف عن محتوى الخبر.
- جذب انتباه القارئ إلى خبر ما.
- إعطاء قيمة للخبر حسب حجمه وموقعه.
- التركيز على زاوية ما فى الخبر.
- تجميل الصفحة.

وهناك مجموعة من القواعد ينبغى مراعاتها عند كتابة العنوان:

١- الاختصار والتركيز.

٢- رواية الخبر بدقة وموضوعية، والبعد عن الرأى.

٣- أن يشتمل العنوان على فعل بحيث لا نبدأ به العنوان، والأفضل أن يكون فى صيغة المضارع أو المستقبل، وفى صيغة المبنى للمعلوم.

٤- عدم تكرار جملة أو كلمة فى العنوان.

٥- عدم استعمال الاختصارات (للأسماء والأماكن) إلا إذا كانت شائعة وعدم استخدام الأسماء غير المعروفة فى العنوان.

٦- الابتعاد عن الغموض.

٧- عدم قطع جملة واحدة على سطرين، ويفضل أن يكون كل سطر من سطور العنوان - فى حالة تعددها - مستقلا عن الآخر.

٨- تجنب عناوين النفى.

٩- تجنب استخدام المجاز.

١٠- أن يكون العنوان مطابقا لمضمون الخبر.

١١- تجنب الكلمات الاحتمالية.

المقدمة:

عبارة عن جملة أو فقرة مركزة دقيقة جذابة ومشوقة تلخص الخبر أو بعض زواياه المهمة، وقد تجيب على كل أو بعض الأسئلة الستة المعروفة (ماذا - من - متى - أين - لماذا - كيف) وهناك عدة أنواع للمقدمات:

١- مقدمة الاسم.

٢- مقدمة الشيء.

٣- مقدمة الزمان.

٤- مقدمة المكان.

٥- مقدمة السبب.

٦- مقدمة الكيفية أو الأسلوب الذى تم به الحدث.

وهناك عدة أشكال أخرى للمقدمات أبرزها:

١- المقدمة الساخنة التى تحشد جميع عناصر التشويق فى الجملة الأولى منها.

٢- مقدمة التصوير أو التعبير، وتسعى لرسم صورة حية للشخص الرئيسى فى القصة الإخبارية.

٣- مقدمة المقارنة أو التباين أو التناقضات، التى يعقد من خلالها المحرر مقارنات بين الأضداد ومفارقات بين الكبير والصغير، والملهاة والمأساة والماضى والحاضر.

٤- مقدمة التساؤل، وتتضمن مجموعة من التساؤلات تتم الإجابة عنها فى جسم الخبر.

٥- مقدمة الاقتباس، وتعتمد على اقتباس فقرة مهمة من تصريح لمصدر الخبر.

٦- مقدمة الوصف، وتعنى بوصف يشرح الجو الذى وقع فيه الحدث.

٧- مقدمة الخطاب المباشر، وفيه يوجه المحرر الكلام إلى القارئ مباشرة مما يشعره بالخصوصية والتجاوب.

وهذا لا يمنع من أن إمكانيات التجديد والابتكار المستمر مفتوحة أمام أى محرر فى كتابة المقدمة.

فقرة الربط :

وهى الفقرة التى توجد – غالباً - بين المقدمة وجسم الخبر وتخدم غرضا أو أكثر من الأغراض التالية:

١- تكملة بعض البيانات الأساسية التى قد لا يكون لها مكان فى المقدمة.

٢- إفساح المجال لتسجيل تصريح منسوب إلى شخصية ما.

٣- تفسير واقعة من وقائع الخبر.

٤- تلخيص ما سبق حدوثه فى فترة سابقة فى حالة أخبار المتابعة، وقد توضع هذه الفقرة داخل المقدمة فتسمى Tie in وقد توضع بعد المقدمة فتسمى Tie back.

جسم الخبر:

وقد يتضمن جسم الخبر مجموعة من الحقائق أو الوقائع المرتبة، أما حسب أهميتها أو خطورتها أو حسب ترتيبها الزمنى أو مزيج من الأحداث والوقائع.

وقد يكون جسم الخبر عبارة عن ملخص يتبعه فقرة اقتباس فملخص يتبعه فقرة اقتباس... إلخ.

وهناك بعض المداخل الحديثة لكتابة المادة الإخبارية وتحريرها، وهى:

أولاً- مدخل التركيز على الفرد The Personalized Approach (صيغة جريدة Wall Street Journal) :

وهو مدخل كان يستخدمه بعض الصحفيين فى الستينيات والسبعينيات من القرن العشرين إذ كان بعضهم يستخدم الأسلوب الأدبى لرواية مادة إخبارية من خلال رؤية شخصية، أو من خلال التركيز على جزء من الكل، ويركز هذا المدخل على شخص أو جهاز ما يكشف الحدث من خلاله، ثم يفسره بعد ذلك بالتفصيل.

ويقوم هذا المدخل على فلسفة تقول: إن القارئ العادى فى كثير من الأحيان يعجز عن فهم بعض الأحداث الضخمة أو القضايا المعقدة ولكنه قد يفهمها إذا ما تم تناولها من جانب شخصى أو محسوس أو ملموس فى هذا الحدث الضخم أو القضية المعقدة؛ فميزانية الدولة مثلا يمكن فهمها من خلال ربطها بميزانية الشخص أو الأسرة.

وهذا المدخل التشخيصى تلخصه كلمة تقول: "إن عشرة ملايين حالة وفاة هى إحصائية، ولكن حالة واحدة هى مأساة"، أو يلخص تأثير الجزء على الكل أو إبراز الشىء ذى المغزى الذى لا نعرفه من خلال عرض شىء محدد.

فهذا المدخل إذًا يركز على الفرد (الشخص أو الجزء) المتضمن فى الحدث أو الواقعة أو القضية ويلخص تأثير الجزء على الكل ويعتمد على التشخيص.

ويتم تطبيق هذه الصيغة التى برعت فيها جريدة Wall Street Journal من خلال مجموعة من الخطوات المتتالية هى:

الخطوة الأولى: وهى الخطوة الرئيسية والمهمة وتبدأ بالتركيز على الفرد المنغمس والمتأثر بالحدث أو القضية، ويشغل هذا التركيز مقدمة الخبر.

الخطوة الثانية: وهى فقرة انتقالية transition تسهل عملية انتقال المعنى من المقدمات الشخصية إلى القضايا الأضخم التى يتم تغطيتها، ويسميها محررو Wall Street Journal الفقرة الحتمية The Must، وهذه الفقرة تشمل عادة معظم المعلومات المهمة أو ذروة الخبر التى توجد فى مقدمة أسلوب الهرم المقلوب، إنها تقدم تفصيلات مركزة ودقيقة ومحددة وتحتاج إلى مزيد من الشرح والتوضيح والتفسير والتوسع.

الخطوة الثالثة: كتابة فقرة تعادل تفاصيل أو جسم الخبر المكتوب بأسلوب الهرم المقلوب، التى تلى المقدمة، وتقوم بعملية الانتقال من الخاص إلى العام، ومن المحدد إلى المفصل، ومن التركيز إلى الاستطراد، ويتم عرض القصة الأضخم فى ترتيب تنازلى، للاحتفاظ باهتمام القارئ خلال القصة وحتى نهايتها معتمدين فى هذا على المهارة فى أسلوب التحرير، وبعدة طرق؛ من أهمها:

- إبراز الفرد والإشارة إليه داخل جسم الخبر.
- تزيين الخبر ببعض الطرائف والأمثال وتلوين الأسلوب.
- توظيف ثلاثة مداخل أسلوبية تحريرية مهمة؛ وهى:

أ - التركيز أو تحديد زاوية أو نقطة معينة أو هدف يمكن التركيز عليه فى إطار هذا الحدث.

ب- التفاصيل أو البحث عن تفاصيل دقيقة ووظيفية داخل الحدث أو القضية والتركيز على نقاط مهمة تجعل الخبر أسهل فى التحرير، وأمتع فى القراءة، ويدعم هذا عناية المحرر بأسلوبه واهتمامه بانسياب الأفكار وتسلسلها.

ج- الفقرات الانتقالية: أو عمليات الربط بين فقرة وأخرى، وتيسير انتقال القارئ بينها بأسلوب رشيق ودون تكلف، بهدف أن تثير لدى القارئ مشاعر متوقعة كالغضب، الإحباط، التعاطف، الرفض.

الخطوة الرابعة: أى خاتمة الخبر، وهنا نجدها تأتى على خلاف أسلوب الهرم المقلوب، الذى تكون فيه الخاتمة هى أقل المجالات أهمية وتحتوى على التفاصيل الزائدة، بينما تجىء فى هذه الصيغة قوية، بحيث يعود بها المحرر إلى موضوع التركيز الأساسى وهو الشخص، وتبين ما قام به كرد فعل أو استمرار، وقد تكون خلاصة مركزة أو تقريرا موجزا للموضوع أو أهم استنتاجاته.

وهناك تطبيقات مختلفة لهذا المدخل، تتفق معه فى الخطوات الثانية والثالثة والرابعة ولكنها تختلف معه فى المقدمة أو الخطوة الأولى ومن ذلك:

استخدام مقدمة مسرحية أو مقدمة المشهد:

وتكون المقدمة هنا عبارة عن مشهد وصفى مؤثر يجذب انتباه القراء على أن يكون هذا المشهد متصلا بجوهر القصة الإخبارية، وفى الخطوات التالية يكون هناك حرص من جانب المحرر على الاستمرار فى الوصف التفصيلى لدعم النقاط التى يصفها.

استخدام مقدمة قصصية أو سردية:

والمقدمة فى هذا التطبيق عبارة عن حكايات أو قصص قصيرة مسلية تروى بأسلوب سردى ثم يتم ربط هذه الحكايات أو القصص بجوهر القصة الإخبارية.

ثانيا - مدخل القصص الحوارية المتسعة Extended Dialogue Stories :

يعتمد هذا المدخل على سرد اقتباسات من أقوال وتصريحات الشخصيات أو المصادر المشتركة فى القصة الإخبارية، ويتم ذلك من خلال أربع خطوات تبدأ

وعند استخدام هذا المدخل يجب أن يكون المحرر قد سجل الحوار الذى دار مع المصادر تسجيلا كاملا حتى يكون أمينا فى الاستعانة بالاقتباس.

ثالثا - مدخل ضمير المتكلم The First Person Approach:

ويعتمد هذا المدخل على رواية الوقائع الإخبارية على لسان المحرر الصحفى ومن وجهة نظره الشخصية، فهذا يخلق نوعا من الحيوية والإحساس بالمشاركة بين المحرر والقراء، ويستحسن فى هذه الحالة أن يكون المحرر شريكا فى الواقعة الإخبارية كأن يكون شاهدا على كل تطورات الواقعة من بدايتها لنهايتها مثل المباريات الرياضية والخطب والانتخابات وأخبار المحاكمات.

رابعًا- المدخل الكرونولوجى (ترتيب الأحداث حسب زمن وقوعها):

The Chronological Approach

وهو المدخل الذى شاع استخدامه فى بدايات نشأة الصحافة، حيث كانت الأحداث تروى حسب الترتيب الزمنى لوقائعها أو بشكل درامى فتعرض التفاصيل الأقل أهمية فالأكثر أهمية ثم تأتى الذروة أو القمة فى نهاية القصة الإخبارية، وقد عادت الصحف لاستخدام هذا المدخل بعد أن كانت تعتمد بشكل كامل على أسلوب الهرم المقلوب ولكن بعد تطوره، ويبدأ هذا المدخل بكتابة مقدمة إما ملخصة لأهم ما فى الحدث، أو تساؤلية عن أبرز وقائعه، أو وصفية، ثم فقرة انتقالية إلى بداية التفاصيل، ثم خاتمة تلخيصية.

ويراعى هنا أن تكون طبيعة الحدث ذاته تسمح باستخدام هذا المدخل مثل سقوط طائرة أو قصة إخبارية إنسانية... إلخ.

خامسًا- المدخل السردى Narrative Approach:

وهو مدخل يعتمد على أسلوب المقال الذى يسرد الوقائع كما حدثت وبدون

والأشكال الصحفية التى تعرض المادة الإخبارية فى الصحيفة هى:

١- الأخبار القصيرة السريعة Spot News:

وهى تقارير سريعة حالية عن الأحداث تجيب على العناصر الرئيسية للحدث بشكل مركز ومختصر دون تقديم تفاصيل الحدث وذلك فى فقرة أو فقرتين على الأكثر، وهى الشكل الغالب استخدامه فى الصفحات الأولى من الجرائد اليومية.

٢- القصص الإخبارية News Stories:

وهى تقارير آنية عن الأحداث المهمة تحتوى على تفاصيل الخبر وجوانبه وتجيب على التساؤلات الرئيسية - وذلك فى أكثر من فقرتين.

٣- التقارير الإخبارية News Reports:

وتقوم على عرض وقائع الحدث وتفاصيله مع خلفياته، ويناسب هذا الشكل التغطية التفسيرية، ويشيع استخدامه فى المجلات الإخبارية العالمية مثل تايم ونيوزويك وغيرها.

ويحقق التقرير الإخبارى الوظائف التالية:

- تقديم معلومات وبيانات جديدة عن حدث أو واقعة لا يستطيع الخبر القصير أو القصة الإخبارية تقديمها بشكل مناسب.
- إبراز زوايا أو جوانب معينة عن حدث أو واقعة.
- تقديم الخلفية التاريخية أو الوثائقية للحدث أو الواقعة التى يتناولها التقرير.
- التقييم الموضوعى للبيانات أو المعلومات الواردة فى التقرير الإخبارى عن طريق الأحكام والاستنتاجات والتعميمات التى تدلى بها الشخصيات التى يستشهد محرر التقرير الإخبارى بها.

ويحتوى التقرير الإخباري على :

أ - معلومات تفصيلية كاملة عن الحدث.

ب- تحليل لهذه المعلومات من خلال التفسير ووضعها فى إطارها العام.

ج- خلاصات أو استنتاجات لدلالات الحدث ومغزاه.

د- توقعات أو تنبؤات بما سيكون عليه المستقبل أو بعض المؤشرات.

ويعتمد نجاح التقرير الصحفى - فى جانب كبير منه - على مدى استفادة محرره من قسم المعلومات فى الصحيفة، حيث يحتاج إلى خلفية بحثية وتعمق فى التفاصيل والأسباب والدوافع والخلفيات التاريخية، وكذلك يستفيد من الصور الفوتوغرافية والرسوم اليدوية التعبيرية والتوضيحية.

٤- القصة الإخبارية الشاملة Round up News Story:

ويستخدم هذا الشكل الإخبارى فى حالة القيام بتغطية إخبارية شاملة لأحداث متعددة متشابهة ليتم عرضها داخل قصة إخبارية واحدة، أو مجموعة أحداث تقع ويربط بينها خيط أو مضمون واحد أو حدث تدور وقائعه فى أماكن مختلفة وتشترك فيه أطراف عديدة، ومنها على سبيل المثال تغطية وقائع حرب أكتوبر ١٩٧٣ على جبهات القتال المختلفة فى سيناء والجولان والضفة الغربية، والموقف فى باقى الدول العربية وردود الفعل المحلية والدولية والموقف فى الأمم المتحدة، وهكذا، أو مجموعة قصص إخبارية عن أحداث السيول التى وقعت خلال يوم واحد فى محافظات صعيد مصر.

٥- القصص الإخبارية الجانبية Side Bar News Stories:

وهى عبارة عن تقارير إخبارية مختصرة ومكثفة وتتصل اتصالا مباشرا بقصة إخبارية مهمة أو تقرير إخبارى منشور فى الصفحة نفسها أو فى العدد نفسه من الصحيفة، وتبرز هذه القصص عادة الجوانب الإنسانية أو ردود فعل تجاه حدث ما، إضافة إلى عدة أغراض أخرى؛ وهى:

- إبراز تأثير الأخبار المتصلة بها ومغزاها.
- إضافة بُعد إنسانى لهذه الأخبار.
- إضافة معلومات وخلفيات وردود فعل قد يكون من الصعب وضعها بالصورة المناسبة داخل القصة الإخبارية أو التقرير الإخبارى.

ومن أنماط القصص الإخبارية الجانبية:

١- القصة الجانبية الشخصية Personality :

وتقوم برسم صورة شخصية مستخدمة التعبير بالكلمة لبعض الشخصيات البارزة داخل الحدث.

٢- القصة الجانبية الإنسانية التى تدعو للتعاطف Empathy :

وهدفها خلق التعاطف بتقديم نموذج إنسانى من خلال قصة إخبارية جادة، ومنها على سبيل المثال قصة الطفلة التى ظلت على قيد الحياة لعدة أيام بدون طعام أو شراب أو رعاية بعد وفاة والديها مختنقين بغاز البوتاجاز.

٣- القصة الجانبية التى تقدم ردود فعل Reaction :

وتتضمن التعليقات التى تبديها بعض الشخصيات أو الجهات على حدث ما أو تصريح معين.

٤- القصة الجانبية النفسية Mood :

ويسعى المحرر من خلالها إلى الغوص فى أعماق النفس البشرية ليعكس حالتها المزاجية والعاطفية فى مواجهة موقف ما مؤثر عليها، ويراعى المحرر هنا التركيز على وصف الجو النفسى وإبراز الجوانب التى تجعل القارئ يشعر بالتوحد النفسى مع الأشخاص الذين تم ذكرهم داخل هذه القصة الإخبارية.

٥- القصة الجانبية المشرقة أو الباسمة Bright :

وهى قصص إخبارية قصيرة يغلب على أسلوبها الفكاهة والسخرية، وهدفها بعث الأمل والتفاؤل والإشراق لدى جمهور القراء الذى يطالع عشرات

ويستخدم فى تحرير بعضها أسلوب الهرم المقلوب، حيث تبدأ بمقدمة تحتوى على أهم ما فى القصة ثم فقرة انتقال فالتفاصيل فخاتمة أكثر مرحا، ويتبع فى كتابة بعضها الآخر الأسلوب السردى الروائى حيث يحتفظ بالنهاية المفاجئة فى الخاتمة، وتروى المقدمة بداية الحدث فتفاصيل ثم ذروة الحدث وهو أكثر أحداثه مرحًا وإثارة لاهتمام القارئ.

٦- القصص الخلفية Backgrounders:

وهى قصص إخبارية توضع فى قلب القصص الإخبارية أو التقارير الإخبارية وتحتوى على معلومات وخلفيات تاريخية أو جغرافية أو الدوافع أو الأسباب وراء حدث معين أو الأحداث المشابهة السابقة، ويكثر استخدام هذا الشكل فى الصحف الأسبوعية والمجلات الإخبارية أكثر من الصحف اليومية.

المادة الإخبارية فى وكالات الأنباء:

هناك مجموعة من الأشكال الصحفية التى تعرض من خلالها أو تحرر المادة الإخبارية فى وكالات الأنباء؛ وهى:

١- الخبر الخاطف أو الفلاش Flash:

وهو خبر قصير مقتضب يصاغ فى عدة كلمات قليلة ويحرر بأسلوب تلغرافى ويتعلق بحدث على درجة كبيرة من الأهمية ولا بد أن ينسب إلى مصدر مثلاً: الخرطوم: انقلاب عسكرى، ويصحب ذلك إعلان حالة الاستعداد فى أجهزة التحرير، ويعطى جرس قبل إذاعته وبعده، ويعقب الفلاش إضافة فورية بخبر أو خبرين مسبقين يحتويان على الإجابات المتاحة عن بعض التساؤلات الخاصة بالحدث.

٢- الخبر المسبق Bulletin:

وهو خبر قصير يصاغ بأسلوب موجز لا يتجاوز ٣٥ كلمة، ويستخدم لتغطية الأحداث التى تقل أهميتها عن الخبر الخاطف (الفلاش)، وهو عملية تكرار موسع لمضمون الخبر الخاطف، وعندما تتعدد الأخبار المسبقة الخاصة بحدث واحد يتم ترقيمها.

٣- الخبر العاجل Urgent:

وهو خبر يغطى حدثا مهما ولكنه لا يصل إلى مرتبة الخبر المسبق، ولا يزيد على ١٠٠ كلمة، وعندما تتعدد الأخبار العاجلة حول حدث واحد يتم ترقيمها أيضاً، ويستخدم أيضا العنوان الرمزى SLUG الذى يتراوح بين كلمة وثلاث كلمات فى كل منها.

٤- الخبر المستمر Running:

ويغطى حدثاً مهماً مازالت وقائعه مستمرة مثل المعارك العسكرية أو المباريات الرياضية، أو اجتماعات منظمة ما أو مؤتمر، وتتضمن تغطيته عناوين رمزية وترقيمها.

٥- الإضافات Takes:

يجب أن يتبع كل خبر مسبق بإضافة أو تكملة أو قصة إخبارية موسعة ويقصد بالإضافة أو التكملة تقديم إيضاحات مكملة لمحتوى ما جاء فى الخبر المسبق، وتتضمن كل إضافة أو تكملة عدداً من الكلمات لا يزيد على ١٥٠ كلمة ويتم ترقيم كل إضافة مع التذكير فى رأس الخبر بالعنوان الرمزى.

أما القصة الإخبارية الموسعة، فهى تكرر كل التفاصيل التى وردت فى الخبر المسبق أو أخبار الحدث المستمر، ومن خلالها يتم تقديم تفاصيل الخبر مرتبة حسب أهميتها لا على أساس ترتيب وقوعها الزمنى.

ويجب تقطيع القصة الإخبارية الموسعة إلى إضافات من ٢٠٠ كلمة - على الأكثر - لكل إضافة.

٦- التحليل الشامل Round-up:

ويضم التحليل الشامل الذى أذيع حول موضوع واحد بصورة متفرقة على فترات زمنية مختلفة، مع إضافة خلفيات وثائقية أو تاريخية، ويشتمل التحليل على أكبر قدر ممكن من التفاصيل عن الحدث وشخصياته.

ويجب ألا يزيد التحليل الشامل على ٦٠٠ كلمة مقطعة فى إضافات كل منها ٢٠٠ كلمة.

٧- الأخبار الخاصة Specials:

وتعد لإرسالها إلى مشترك خاص أو بلد معين أو منطقة جغرافية معينة أو قسم خاص من أقسام التحرير، وتكون عبارة عن تكملة أو قصة إخبارية، ويتم تحريرها إما بإحدى لغات العمل فى المركز الرئيسى أو بلغة الدول التى تستقبل هذه البرقيات.

ويسبق الخبر الخاص بالرمز (خاص) ومذكرة (انتبه).

المرحلة الرابعة للتغطية الإخبارية- مراجعة الأخبار:

وهى عملية يقوم بها المحرر بعد تحرير الخبر والهدف منها التأكد من تناسب أسلوب تحريره مع طبيعة الوسيلة وهى الصحيفة وسماتها وخصائص قرائها وسياستها التحريرية، ويقوم بهذه العملية بعد ذلك المحرر المراجع Copy reader وقد يحتاج الأمر إلى إعادة صياغة الخبر مرة أخرى أو تعديل بعض أجزائه كالعناوين أو المقدمة، ومن بين الأهداف الأساسية لعملية مراجعة الأخبار التأكد من دقة المعلومات الواردة بها وصدقها ومراجعة أسلوب الصياغة، وهناك بعض الحالات التحريرية الخاصة؛ ومنها:

١- اختصار الخبر News Trimming:

وذلك بسبب ظروف ضيق المساحة، وقد يتم ذلك أثناء مرحلة ما قبل الطبع وأثناء إعداد الخبر للنشر ويتم الاختصار بحذف بعض الفقرات أو إعادة صياغة الخبر كاملا ، أو أثناء مرحلة الاستعداد لطبع الصحيفة، فيتم اختصار الخبر بعد

٢- حذف بعض الأخبار (الأقل أهمية) News Deletion .

٣- دمج أكثر من خبر معًا News Insertion :

وذلك فى حالة ما إذا كانت تلك الأخبار تدور حول موضوع واحد وشخصية واحدة وفى هذه الحالة تعاد صياغة الخبر الجديدة.

٤- ترحيل بعض الأخبار (البواقى) News Jumping:

وذلك بنشر جزء من الخبر فى صفحة ونشر بقيته فى صفحة أخرى وإن كانت بعض الصحف ترفض هذه الطريقة تمامًا.



ملخص الوحدة الرابعة

تبدأ هذه الوحدة بتمهيد سريع يتضمن أشكال الكتابة الصحفية والتحرير والتى تأتى فى ثمانى مجموعات رئيسية (الإخبارية، التفسيرية والاستقصائية، الرأى، الخدمات، المتخصصة المجمعة، التسلية، الإعلانية، المصورة) كما تتضمن الوحدة إشارة إلى المكونات الأساسية التى تشكل المواد الخام للمحتوى الصحفى (الأحداث، الأفكار، القضايا، المشكلات، الآراء).

وتناقش الوحدة- تفصيلاً- الأشكال الصحفية من حيث مفهوم التغطية الإخبارية وأنواعها من حيث المضمون (محايدة، تفسيرية، متحيزة أو ملونة) ومن حيث توقيت حدوثها (تمهيدية، تسجيلية، متابعة) ومراحلها المختلفة: مرحلة الحصول على الأخبار وجمعها من مصادرها المختلفة، ومرحلة تقويم الأخبار من خلال عدة معايير (القيم الخبرية، السياسية التحريرية للصحيفة).

وتنتقل الوحدة لمناقشة المرحلة الثالثة وهى تحرير الخبر وطرق روايته التقليدية (الهرم المعتدل، الهرم المقلوب)، كما تستعرض بعض المداخل الحديثة لكتابة المادة الإخبارية (التركيز على الفرد، القصص الحوارية المتسعة، ضمير المتكلم، الكرونولوجى، السردى) وتقدم الوحدة الأشكال الصحفية التى تعرض المادة الإخبارية (الخبر القصير، القصة الإخبارية، التقرير الإخبارى، القصة الإخبارية الشاملة، القصص الإخبارية الجانبية).

وتعرض الوحدة بعض الأشكال الصحفية التى تعرض من خلالها الأداة الإخبارية فى وكالات الأنباء (الخبر الخاطف أو الفلاش، المسبق، العاجل المستمر، الإضافات، التحليل الشامل، الأخبار الخاصة).

كما تعرض للمرحلة الرابعة للتغطية الإخبارية الخاصة بمراجعة الأخبار، وتنتهى ببعض الحالات التحريرية الخاصة (الاختصار، الحذف، الدمج، الترحيل).

أسئلة على الوحدة الرابعة

[?]

س١ حدد المقصود بكل مصطلح من المصطلحات التالية:

- اختصار الخبر News Trimming.
- المتابعة Follow up
- مدخل ضمير المتكلم
- القصة الإخبارية الشاملة
- القيم الخبرية
- الفلاش
- فقرة الربط
- وكالات الأنباء
- التغطية التفسيرية
- المراسل

س٢ ناقش العبارات التالية مناقشة علمية موضحا رأيك:

* الوظيفة الصحفية هى التى تخلق الشكل الصحفى المناسب لها.
* أفضل أنواع المراسلين الصحفيين هو الذى يقيم بصفة دائمة فى بلد ما ليغطى أخبارها ويزود صحيفته بها.
* هناك تصنيف واحد للقيم الخبرية يمكن تطبيقه عند تقييم الأخبار فى أى صحيفة فى أى بلد فى أى فترة تاريخية.
* لابد من صياغة الأخبار الصحفية دائما وفق طريقة الهرم المقلوب.
* المدخل الكرونولوجى يصلح كمدخل لصياغة أى قصة إخبارية مهما كانت طبيعة الأحداث التى تتضمنها وتعرض لها.

س٣ قدم نماذج لأحداث صحفية تصلح لمعالجتها بكل شكل من الأشكال الإخبارية التالية:

- القصة الإخبارية الشاملة Round up News Story.
- قصة جانبية إنسانية.

- قصة خلفية.
- تقرير إخبارى.
- قصة جانبية نفسية.

س٤ أمامك عناوين بعض الأخبار، قم بتحليلها موضحا المطلوب:

* مبارك يناقش أوضاع دارفور مع أمين الدفاع الليبى.
* كوم الضاحى بمنافذ وزارة الزراعة غدا.
* وزير الشباب يقيل مرتضى منصور رئيس نادى الزمالك ويحل مجلس الإدارة.
* روسيا تنتج مادة مضادة لفيروس انفلونزا الطيور.
* مصرية تضع ٦ تواءم.
* حريق يندلع بشقة ليلى علوى.

(أ) العناصر أو القيم الخبرية الأساسية فى كل خبر.

(ب) نوع كل خبر.

(جـ) مصادر معلومات الصحفى فى كل خبر.

(د) نوع التغطية المقترحة لكل خبر.

(هـ) رتب هذه الأخبار حسب أهميتها للنشر فى صحيفة عامة (اقترح اسمها) مبرراً ذلك.

(و) حدد الشكل الإخبارى الأنسب لكل جزء من هذه الأخبار.

أنشطة يقوم بها الدارس

١- اختر قصة إخبارية منشورة فى صحيفتك اليومية التى تتابعها وحللها تحليلا نقديا فى ضوء الأسس العلمية التى درستها، ثم حاول إعادة صياغتها مرة أخرى مستخدما أحد المداخل الجديدة لتحرير المادة الإخبارية.

٢- قارن- خلال يوم معين- بين الأشكال الصحفية التى تقدم من خلالها المواد الإخبارية فى عدة صحف يومية (قومية - حزبية - خاصة) موضحاً الفروق، وأوجه الاتفاق مبرراً ذلك فى ضوء فهمك للسياسة التحريرية لكل من هذه الصحف.

٣- اختر حدثا تراه مهما وحاول أن تقترح كيفية تغطيته إخباريا وتقديمه فى شكل قصة إخبارية شاملة، واقترح القصص الإخبارية الجانبية التى يمكن أن تصاحبه، وحاول صياغته مستخدمًا أحد المداخل التى درستها لصياغة القصة الإخبارية.

مراجع للاستزادة حول موضوع الوحدة الرابعة

(١) محمود علم الدين: **التحرير الصحفى: المفهوم والجوانب العلمية**، مجلة الدراسات الإعلامية، القاهرة، ٧٧٤، أكتوبر / ديسمبر ١٩٩٤.

(٢) ليلى عبد المجيد ومحمود علم الدين، **فن التحرير الصحفى للجرائد والمجلات**، القاهرة: دار السحاب، ٢٠٠٤.

(٣) سماح جمال محمد أحمد: **الأساليب المستحدثة فى التغطية الإخبارية؛ دراسة مقارنة بين جريدتى الأهرام المصرية وهيرالد تريبيون الأمريكية عام ١٩٩٩**، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب جامعة أسيوط، ٢٠٠٢.

(٤) فاروق أبو زيد: **فن الخبر الصحفى**، جدة، دار الشروق، ١٩٨١.

(٥) جلال الدين الحمامصى: من **الخبر إلى الموضوع الصحفى**، دار المعارف، ١٩٩٤.

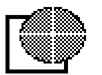
(٦) محمود خليل: **الخبر الصحفى : دراسة أسلوبية**، القاهرة، العربى للنشر والتوزيع، ١٩٩٨.

(7) Baskette, Floyd K. ***The Art of Editing***, The Macmillan Company, New York, 3rd edition, 1982.

(8) Kennedy, George and others, ***News Reporting and Writing***, Martins, Press, New York, 1980.

(9) MacDougal, Curtis: ***Interpretative Reporting***, Macmillan Publishing Co., Eighth edition, New York, London, 1982.

(10) Metzler, Ken: ***Newsgathering***, Prentice - Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersy, 1979.



الوحدة الخامسة

الأشكال الصحفية التفسيرية والاستقصائية

الأهداف:

بعد دراسة هذه الوحدة، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن:

١- يشرح الخصائص التى تميز كل شكل من الأشكال التفسيرية والاستقصائية.

٢- يميز بين الأشكال الاستقصائية والتفسيرية المختلفة.

٣- يقيم ما تقدمه الصحف من الأشكال الاستقصائية والتفسيرية فى ضوء الأسس العلمية التى درسها.

٤- يحرر الحديث والتحقيق بقوالبه وأجزائه المختلفة وفق ما درسه.

العناصر:

١- الحديث الصحفى Interview .

٢- التحقيق الصحفى Reportage .

٣- موضوع المعالم Feature .

٤- الحملة الصحفية Crussade.

٥- ملخص .

٦- أسئلة.

٧- أنشطة.

٨- مراجع .

الوحدة الخامسة

الأشكال الصحفية التفسيرية والاستقصائية

١- الحديث الصحفى Interview

عبارة عن لقاء أو مقابلة تتم بين محرر صحفى أو أكثر وبين شخصية أو أكثر للحصول على معلومات أو بيانات أو حقائق حول بعض الأحداث أو القضايا أو الموضوعات، أو التعرف على وجهات نظر هذه الشخصية أو آرائها فى أمور تشغل الرأى العام، أو لإلقاء الضوء على ملامح هذه الشخصية وتعريف القراء بها، أو لتسلية القراء وإمتاعهم عن طريق سرد الأحداث الطريفة أو الخفيفة، أو كل هذه الأهداف معا .

والحديث أو المقابلة قد يكون وسيلة أو أسلوبًا أو أداة من أدوات جمع البيانات والمعلومات للعديد من الأشكال الصحفية الأخرى كالأشكال الخبرية وكذلك للتحقيق الصحفى، وأشكال مادة الرأى، وهناك مقولة شهيرة فى الأوساط الصحفية هى: "الأحاديث تصنع الأخبار" "Interviews make news" .

أما الحديث الصحفى - الذى نتعرض له هنا - فنعنى به نشر المادة الصحفية التى تم الحصول عليها عن طريق المقابلة الشخصية أو التليفونية - وأحيانا تعد أسئلة مكتوبة وتترك للمتحدث معه أو ترسل له - فى شكل صحفى مستقل هو الحديث الصحفى.

الخطوات التى تمر بها عملية إعداد الحديث الصحفى:

أولا - اختيار الشخصية: ويراعى عند اختيار الشخصية التى يجرى معها الحوار ما يلى:

١- أن تكون شخصية مهمة أو معروفة أو مشهورة، أو جعلت منها الأحداث أو الظروف شخصية مهمة.

٢- أن يكون الموضوع، الذى تتحدث فيه الشخصية، قيمًا ومهمًا بالنسبة لقراء الصحيفة التى تنشر هذا الحوار.

٣- مراعاة أن يتم اختيار الشخص المناسب للحديث فى موضوع الحوار، سواء أكان متخصصا أم مسئولا أم مواطناً عادياً، وتجنب - قدر الإمكان - اختيار الشخصيات المستعدة دائما لأن تتحدث فى أى موضوع.

٤- المقارنة بين الشخصيات القادرة على الحديث فى الموضوع نفسه لاختيار الشخصية التى تعرف أكثر عن هذا الموضوع أو الأقرب إليه، أو الأقدر على أن تضيف فيه جديدا ومهما لقراء الصحيفة، وتتدخل السياسة التحريرية للصحيفة فى عملية الاختيار.

ثانيا - إجراء دراسة تمهيدية استطلاعية حول الموضوع الذى يدور حوله الحوار: للتعرف على جوانب هذا الموضوع، وذلك من خلال مصادر المعلومات الخاصة بالصحفى (الأرشيف الخاص به ورقياً أو إليكترونياً أو مكتبته الخاصة أو اتصالاته الخاصة) أو مصادر المعلومات الخارجية (مراكز أو أقسام أو بنوك المعلومات أو شبكات المعلومات كالانترنت) ويفيد ذلك فى الجوانب التالية:

١- مساعدة المحرر الصحفى فى صياغة الأسئلة المحددة المعتمدة على المعلومات الدقيقة لا الأسئلة العامة غير المحددة التى يغلب عليها الطابع الإنشائى كما تعينه فى ترتيبها.

٢- اختيار جوانب وأبعاد وزوايا لم تسبق معالجتها فى موضوعات صحفية أخرى مما يجعل الحديث يشكل إضافة جديدة للقارئ لا تكرارًا مملاً لما سبق أن تناولتها صحف أخرى أو محررون صحفيون آخرون.

٣- مساعدة المحرر الصحفى فى معرفة ما يريد الحصول عليه بدقة.

٤- مساعدة المحرر الصحفى فى إدارة الحوار والمناقشة بحيث لا يبدو جاهلا أو مجرد متلقٍ فقط أو جهاز تسجيل يطرح أسئلة ويسجل إجابات دون أن يكون له دور إيجابى فى إثارة نقاط جديدة تثرى الحوار وتجعله أكثر حيوية، كما أنها تعد بمثابة المحك أو المعيار الذى يتأكد المحرر الصحفى من خلاله من دقة المعلومات التى قد يطرحها المتحدث معه. ويستطيع المحرر الصحفى أيضًا أن يستعين ببعض هذه المعلومات والبيانات كخلفيات وكمادة خصبة عند صياغة الحوار فى شكله النهائى مما يزيد من استفادة القارئ.

٥- إدراك المتحدث معه أن المحرر الصحفى على دراية بالموضوع يجعله يدخل فى أعماق الموضوع لا أن يكتفى بطرح مجرد معلومات حوله.

ثالثاً- الاستعانة بالمعلومات المتوافرة حول شخصية المتحدث معه، وسيرته الشخصية ومؤهلاته وخبراته والوظائف التى تقلدها وآرائه السابقة وتصريحاته، وذلك من خلال الاستعانة بالأرشيف الخاص به فى قسم المعلومات الصحفية - إن وُجد، أو محاولة جمع بعض المعلومات من المصادر الأخرى الحية وغير الحية، المتصلة به، وتفيد هذه العملية فى تحقيق ما يلى:-

١- فهم شخصية المتحدث معه، والمدخل المناسب لها، مما يعين المحرر الصحفى فى إدارة الحوار معه بشكل ناجح.

٢- التعرف على أفكاره السابقة وتصوراته حول الموضوعات والقضايا المختلفة، وكذلك الموضوع أو القضية موضوع الحديث، مما يساعد فى صياغة الأسئلة وإدارة المناقشة ودراسة مدى الاتفاق أو الاختلاف فى هذه الآراء وأسبابه، وهل حدث هذا نتيجة لتطور طبيعى أم لاختلاف موقع المتحدث معه.

وفى هذا المجال قد يكون مفيدا الاطلاع على ملف الصور الخاص بالمتحدث معه إذا كان ذلك متوافرا لا سيما إذا لم تكن هناك معرفة سابقة بين الصحفى والمتحدث معه، فالصور قد تعطى المحرر الصحفى انطباعات معينة عن شخصية المتحدث، وإن كانت ليست بالضرورة صحيحة، كما قد تعفيه من الحرج الذى قد يقع فيه إذا ذهب إلى المتحدث معه وهو لا يعرف ملامحه على الأقل.

رابعاً- تحديد الأسئلة وإعدادها وترتيبها: فى ضوء أهداف الحديث المحددة، وبالاستعانة بالدراسة التمهيدية التى تمت لكل الكتابات أو الأحاديث السابقة للمتحدث معه والتى سبق نشرها حول موضوع الحديث يتحدد المضمون أو النقاط الرئيسية والفرعية التى سيتناولها الحديث، وفى بعض الأحيان يكتفى المحرر الصحفى بهذه النقاط كمؤشرات يدير حولها الحوار بحيث يكون هناك حرية أكبر فى الحوار والمناقشة ولكن الأفضل، فى معظم الحالات، أن يتم ترجمة كل نقطة من هذه النقاط إلى مجموعة من الأسئلة المحددة. ويراعى عند صياغة الأسئلة ما يلى:-

١- تجنب الأسئلة التى قد توحى بإجابة معينة وخاصة فى حالة أسئلة الرأى والتى لا تفيد فى معرفة الرأى الحقيقى للمتحدث معه.

٢- الابتعاد عن الأسئلة التى تحتمل الإجابة بنعم أو لا، خاصة مع نوعية من المصادر تتسم بأنها قليلة التحدث مع الصحف بطبيعتها أو لديها رغبة التهرب من الإجابة على نوعية معينة من الأسئلة.

٣- عدم تعرض السؤال الواحد لأكثر من موضوع، بحيث يتضمن السؤال فكرة واحدة أو نقطة قائمة بذاتها.

٤- الابتعاد عن الأسئلة الطويلة التى قد تدفع المتحدث معه إلى الملل، أو تجعله عاجزاً عن فهم المطلوب بشكل محدد.

٥- تجنب الأسئلة الغامضة أو غير الواضحة أو غير المحددة.

٦- عدم صياغة الأسئلة بأسلوب استفزازى أو هجومى أو ساخر أو مثير للشك، أو بصورة يبدو فيها أن المحرر الصحفى يتخذ موقفا مسبقا من المتحدث معه أو من الموضوع الذى يسأل عنه.

٧- استخدام الأسلوب غير المباشر فى الأسئلة التى قد يجد المتحدث معه حرجا فى الإجابة عنها خاصة إذا كانت الأسئلة عنها مباشرة.

٨- تجنب توجيه أسئلة حول موضوعات لا تدخل فى دائرة تخصص أو مسئولية المتحدث معه، فطرح مثل هذه الأسئلة قد يدفعه إما للتهرب من الحوار كلية، أو الاضطرار للخوض فى مجالات وموضوعات لا يعلم عنها الكثير، وهذا كله يضعف الحوار ويقلل من قيمته.

٩- ترتيب الأسئلة، بحيث يقود كل سؤال للآخر، ويكمل كل منها الآخر، بحيث لا يعود الصحفى للسؤال حول نقطة متصلة بموضوع فرعى معين سبق أن سأل عنه من قبل.

خامساً- الاستعداد لإجراء الحديث أو المقابلة الصحفية أو الحوار: لا بد أن تتم المقابلة - كما سبق الإشارة - بناءً على خطة تحدد فيها الأهداف التى يسعى المحرر الصحفى لتحقيقها من وراء هذا الحديث، سواء أكانت للحصول على معلومات أو بيانات أو حقائق أم للتعرف على آراء أو وجهات نظر معينة أم لإلقاء الضوء على ملامح الشخصية وأبعادها المختلفة وتطورها وظروف حياتها وإسهاماتها المختلفة الفكرية والاجتماعية والإنسانية والسياسية. وفى هذه المرحلة أيضًا لا بد من تحديد المكان المناسب للمقابلة مع مراعاة أن يكون هذا المكان ملائما لكل من المحرر الصحفى والشخص الذى يجرى معه الحوار بقدر الإمكان وأيضاً تحديد الموعد المناسب لإجراء المقابلة.

ويتوقف نجاح المحرر الصحفى فى إدارة الحديث على:

١- ما يملكه من مهارات اتصالية تجعله قادراً على كسب ثقة من يجرى معهم أحاديث، ويتحقق هذا من خلال إدراكه أن لكل إنسان المدخل

٢- تمكن المحرر من أدواته الصحفية مثل دراسة موضوع الحوار دراسة جيدة، وكذلك دراسة الشخصية التى يجرى معها الحوار واستيعابه الكامل للسياسة التحريرية ومتابعته وملاحقته للأحداث الجارية وقضايا الساعة ومهاراته الفنية التى يصقلها دائما بالممارسة والدراسة وملاحقة التطورات الجديدة فى مجال الفن الصحفى.

٣- الظروف المكانية والنفسية التى يتم فيها إجراء المقابلة مثل (منزل المتحدث معه - مكان عمله - مكان عام) حالة المتحدث معه النفسية (قد يكون متوترا أو منفعلاً أو غاضباً) وكذلك حالته الصحية، فقد يكون ثقيل السمع مثلا أو مريضًا، الصورة الذهنية لدى كل من الصحفى والمتحدث معه عن الآخر، ولو أن كليهما قد لا يترجم هذه الصورة فى شكل تعبيرى مباشر.

وعلى المحرر الصحفى أن يسعى لخلق أفضل جو ممكن للمقابلة يسمح للمتحدث معهم بحرية إبداء آرائهم وطرح معلوماتهم، وهذا يتطلب منه أن يتعلم كيف يستمع إلى ما يقال جيدا ويعطى الفرصة للآخرين للتعبير عن وجهات نظرهم. ومن الأمور التى تساعد على ذلك أيضاً أن يكون المظهر الخارجى للصحفى بسيطًا غير مغال فيه وأن يبدو متواضعاً وأن يظهر للمتحدث معه بشكل دائم احترامه وعدم تحيزه، والتحيز لا يكون (مقتصراً) فقط على الاتجاه

سادساً- إجراء الحوار: يجب أن يذهب المحرر الصحفى إلى المتحدث معه فى المكان والموعد المحددين اللذين تم الاتفاق عليهما، والالتزام بالموعد هنا من العوامل التى تجعل المتحدث معه يثق فى الصحفى ويحترمه.

وفى بداية إجراء الحديث، على المحرر الصحفى أن يمهد الجو المناسب الذى يسمح بأن تبدو عملية طرح الأسئلة تلقائية طبيعية، ويستحسن فى هذه الحالة ألا يبدأ فى إلقاء الأسئلة مباشرة، بل قد ينتقى موضوعا عاما أو مشتركا بينهما أو موضوعا طريفا أو موضوعا يشكل اهتماما خاصا أو شخصيا للمتحدث معه ليدير حوله حوارا قصيرا، ويتوقف اختياره لهذا الموضوع على مهارته وعلى فهمه لما يمكن أن يجعل المتحدث معه يتخلص من التوتر الذى قد يشوب عملية إجراء الحديث ويشعر بالاطمئنان والارتياح للصحفى. وبمجرد أن يدرك الصحفى أن هذا قد تحقق فعلا عليه أن يبدأ بطرح أسئلته الخاصة بموضوع الحديث.

وهناك مجموعة من الأمور التى قد يفيد مراعاتها أثناء طرح الأسئلة منها:

١- أن يكون المحرر الصحفى هادئاً متزناً يطرح أسئلته بصوت واضح.

٢- البطء فى إلقاء السؤال بالدرجة التى تسمح للمتحدث معه بمتابعة الصحفى وفهم سؤاله، وينبغى هنا ألا يعتمد الصحفى على إلقاء الأسئلة من الورقة التى أعدت فيها، بل عليه أن يكون مستوعبا للأسئلة ثم يلقيها بعد ذلك من ذاكرته.

٣- إلقاء سؤال واحد فى كل مرة.

٤- الإنصات للمتحدث معه بشكل جيد وإعطاؤه الوقت الكافى للإجابة، بل إنه قد يكون من الأفضل الانتظار لدقيقة بعد أن ينتهى المتحدث معه من إجابته حتى يعطيه الفرصة للإضافة إذا أراد، وليشعره أنه يتوقع المزيد.

٥- عدم مقاطعة المتحدث معه أثناء إجابته، حتى ولو كان المتحدث معه من النوعية التى تحب أن تتحدث طويلاً وكثيرا خارج موضوع الحديث عن ذكرياتها وتجاربها وخبراتها وإنجازاتها، فمهارة الصحفى هنا أن يشعر المتحدث معه أنه مهتم للغاية بمتابعة حديثه والاستفادة من تجاربه وذكرياته، وفى الوقت نفسه يسعى بلباقة وبطريقة رقيقة مهذبة إلى أن يربطه مرة أخرى بموضوع الحديث الأساسى، وألا يظهر امتعاضا أو نفاذ صبر أو عدم ارتياح إذا أطال المتحدث معه أو كرر نفسه حتى لا يؤثر هذا على الجو النفسى للمقابلة، وألا يحاول فرض حكمه أو آرائه على المتحدث معه، وأن يحاول ملاحظة تعبيرات وجه المتحدث والتغيرات التى قد تحدث فى نبرات صوته وغير ذلك من الاستجابات السلوكية ذات الدلالة.

٦- تجنب إلقاء الأسئلة بأسلوب الاستجواب أو التحقيق البوليسى.

٧- تجنب قيام المحرر الصحفى بإكمال الجمل للمتحدث معه، حتى لو لاحظ أن الشخص يتلمس الكلمات بصعوبة؛ لأنه قد يخطئ فى ذلك مما قد يدفع المتحدث معه لإحراجه برأى مخالف أو التغاضى عن ذكر ما كان يقصده منها فعلا بهدف إحراج الصحفى.

٨- عدم الإسراف فى التعاطف مع المتحدث معه.

٩- عدم إظهار المحرر الصحفى انبهاره أو استغرابه أو دهشته إذا قال المتحدث معه حقائق معينة لم يكن الصحفى يتوقعها، وأن يكون متحفظا فى إظهار شعوره نحو ما يسمع.

١٠- أن يكون الصحفى شريكا فعالا فى الحوار لا مجرد مستمع فقط أو موجه للأسئلة، ولا مانع من أن يقوم بالتعقيب المناسب وإبداء وجهة نظر معينة إذا تطلب الأمر.

١١- أن يكون الصحفى مرنا أثناء إجراء الحوار، فليس معنى ترتيب الأسئلة وتحديدها قبل إجراء الحوار أن يلتزم الصحفى بذلك التزامًا كاملا وحرفيا، فقد يجد أن إجابة المتحدث معه عن أحد أسئلته قد تضمنت فعلا إجابة عن سؤال كان ترتيبه متأخرا، وقد تتضمن إجابة المتحدث معه عن سؤال معين إجابة عن سؤال آخر فى الوقت نفسه فلا داعى لأن يكرر الصحفى إلقاء هذا السؤال مرة أخرى.

وهناك طريقتان لتسجيل نص الحديث الصحفى أو الحوار:

الطريقة الأولى: وهى الأفضل أن يتم تسجيل نص المقابلة أو الحديث باستخدام جهاز للتسجيل، مع ضرورة استئذان المتحدث معه قبل ذلك، فبعض الأشخاص مازالوا يشعرون بالتوتر والرهبة إذا تكلموا أمام ميكروفون جهاز التسجيل، مما قد يخلق حاجزاً نفسيا قد يفقد الحديث الصحفى الكثير من المعلومات والآراء الجديرة بالاهتمام بل قد يحد من حرية التعبير ويفقد الحوار جانباً من التلقائية المطلوبة، بل أن التسجيل أحياناً قد يدفع المتحدث معه إلى الافتعال والتصنع، وإن كانت هذه الطريقة تتميز بالدقة خاصة إذا ما أردنا أن ننقل رأياً للمتحدث معه بنصه لا صياغته بأسلوب المحرر الصحفى الذى قد يغير فى جوهر الرأى دون قصد أحياناً.

كما أن تفرغ الصحفى لإدارة الحوار والمناقشة مع المتحدث معه تتيح له المشاركة الإيجابية فى الحوار وملاحظة تعبيرات المتحدث معه ونبرات صوته، وهما أمران، كما سبق الإشارة، لهما دلالاتهما، وإن كان من المفيد أن يصحب ذلك قيام المحرر الصحفى بتسجيل بعض النقاط المهمة أثناء الحوار، والتى قد تعينه كثيرا فى صياغة الحوار، غير أن عملية التسجيل تتطلب أيضا

أما **الطريقة الثانية**: فهى الاعتماد على التسجيل فى مفكرة أو أوراق خاصة بالمحرر الصحفى، وهذه الطريقة أصبحت مهجورة من جانب معظم الصحفيين لاحتياجها إلى التفرغ الكامل من جانب الصحفى، كما أنها قد تصرفه عن المشاركة بشكل ايجابى فى المناقشة والحوار، فضلاً عن أن النقل من التسجيل اليدوى فى بعض الأحيان- كما أشرنا - قد لا يكون أميناً عن قصد أو عن غير قصد.

سابعا - تحرير الحديث الصحفى: وتمر هذه المرحلة بخطوات ثلاث هى:

١- التمهيد لصياغة الحديث فى شكله النهائى من خلال:

* مراجعة المادة الصحفية التى تم الحصول عليها سواء أكانت آراء أم معلومات أم حقائق وبيانات للتأكد من أنها كاملة وليس هناك نقاط منها تحتاج لاستكمال من المتحدث.
* إعداد المواد المصورة المصاحبة للحديث، سواء أكانت صورا فوتوغرافية أم رسوما ساخرة أو تعبيرية أو توضيحية.

٢- اختيار الصيغة أو الأسلوب الذى يتناسب مع طبيعة موضوع الحديث والمادة التى تم الحصول عليها ليصاغ بها الحديث.

وفى هذا الصدد هناك عدد من الصيغ أو الأساليب منها:

(أ) الطريقة التقليدية التى تقوم على سرد السؤال والإجابة عنه (س، ج)، وإن كان يعيب هذه الطريقة أنها أحياناً قد تبعث على الملل وتبدو أقرب إلى شكل التحقيق البوليسى. ورغم هذا فقد يكون استخدامها

(ب) طريقة تعتمد على حذف نص الأسئلة التى طرحها الصحفى، مع صياغة إجابات المتحدث معه بأسلوب يفهم منه السؤال المطروح المحذوف، وتتطلب هذه الطريقة مهارة خاصة من الصحفى، بحيث يستطيع أن يضمن الإجابة ذلك.

(جـ) الاعتماد على اقتباسات من أقوال المتحدث معه يتخللها فقرات تربط بين هذه التصريحات، قد تكون عن السيرة الشخصية للمتحدث عنه أو وصفًا للمكان أو الزمان أو الجو النفسى الذى دار فيه الحوار، بشرط أن تكون كل فقرة ربط تتصل بشكل أو بآخر مع طبيعة التصريحات التى تسبقها أو تتبعها.

وتضفى هذه الطريقة حيوية على الحديث، وتجعل القارئ يشعر بالتجاوب والمشاركة مع الشخصية التى يجرى معها الحوار.

(د) المزج بين الاعتماد على اقتباسات من نص أقوال المتحدث معه حول موضوعات معينة والأقوال المصاغة بأسلوب المحرر الصحفى نفسه فى جوانب أخرى، ويفضل أن تكون الأولى خاصة بآراء الشخصية والثانية تتصل بمعلومات أو حقائق أو بيانات يوردها المتحدث معه.

(هـ) أن يقوم المحرر بصياغة الحديث كله بأسلوبه الخاص فى شكل سردى أقرب ما يكون للمقال، أو فى شكل قصصى روائى يبدو فيه تصاعد المواقف وذروة للأحداث أو حبكة أو حل للحبكة... إلخ.

ويحتاج هذا أولا أن يكون المحرر قد وصل إلى درجة من الخبرة الصحفية والتمرس جعلت له أسلوبه الصحفى المتميز، كما يتطلب ثانيا أن تكون طبيعة التصريحات أو المعلومات والحقائق التى حصل عليها المحرر الصحفى تسمح له باستخدام هذا الشكل، خاصة فى حالة استخدام الأسلوب الروائى الأقرب للقصة الأدبية، وان كان البعض يرى أن هذا قد يفقد الحديث الصحفى خاصية من خصائصه المهمة وهى الاعتماد على الحوار الذى يضفى حيوية على الحديث، وإن كان استخدام هذا الشكل يحقق تنويعا.

٣- تحرير الحديث اعتماداً على الصيغة التى تم اختيارها، وللحديث أجزاء أساسية ؛ هى:

أ - العناوين الرئيسية.

ب- مقدمة الحديث.

ج- جسم الحديث.

د - الخاتمة.

وإن كان المحرر الصحفى يبدأ تحرير الحديث الصحفى بالمقدمة فعليا، ثم باقى الأجزاء بعد ذلك.

وهناك عدة أشكال مختلفة لمقدمات الأحاديث الصحفية:

١- مقدمة خبرية، تركز على خبر مهم أو تصريح جديد مهم جاء على لسان المتحدث معه.

٢- مقدمة تلخيصية، تلخص أهم الأفكار كالحقائق والمعلومات أو وجهات النظر التى طرحها المتحدث معه.

٣- مقدمة الوصف، وقد تعتمد هذه المقدمة على وصف الأشخاص المتحدث معهم من حيث سماتهم وخصائصهم الجسمية والنفسية ووصف المكان الذى دار فيه الحوار أو الجو النفسى للحوار أو وصف لتصرف أو سلوك غير متوقع.

٤- مقدمة الحوار، وتعتمد على إبراز جزء مهم من الحوار الذى دار بين المتحدث معه والمحرر الصحفى.

٥- المقدمة الاقتباسية، حيث تبدأ المقدمة بأقوال أو تصريحات مهمة مقتبسة بالنص كما وردت على لسان المتحدث معه.

٦- المقدمة القنبلة، عبارة عن جملة واحدة قصيرة وموجزة، ولكنها تباغت القارئ بما لم يكن يتوقعه أو ينتظره فتحدث تأثير القنبلة.

٧- مقدمة التساؤل، وهى تطرح أهم الأفكار التى سيتناولها الحديث فى شكل مجموعة تساؤلات بحيث يجيب جسم الحديث عن هذه الأسئلة.

٨- مقدمة التباين أو التناقض، وتعتمد هذه المقدمة على إبراز التناقض بين بعض الأمور أو الوقائع أو الحقائق أو التصريحات أو المعلومات.

وينبغى عند اختيار نوع معين من هذه المقدمات مراعاة أن يتناسب نوع هذه المقدمة مع طبيعة المادة الصحفية نفسها.

تحرير العناوين الرئيسية:

تحتاج صياغة العنوان إلى مهارة وخبرة، بل وموهبة، وقدرة على استعمال الألفاظ إلى جانب الثراء اللغوى الذى يتمكن معه المحرر من التقاط الكلمات المناسبة معنى ومساحة، وقد يحتاج الأمر إلى اختيار بعض الألفاظ محددة الحروف لكى تعبر عن المعنى المطلوب.

فالمعضلة الأساسية فى تحرير العنوان هى كيف يمكن صياغة عنوان يقول ما يريده المحرر فى أقل عدد ممكن من الكلمات.

ولا يبدأ المحرر الصحفى فى تحرير العنوان إلا بعد الانتهاء من تحرير موضوعه ومقدمته، ذلك لأنه من الضرورة ربط المقدمة بالعناوين، لأن العنوان هو المدخل إلى المقدمة.

ومن شروط العنوان الجيد:

١- أن يجذب القارئ إلى قراءة المقدمة لا يصرفه عنها نهائيا .

٢- ألا يقول العنوان كل شىء بحيث يشعر القارئ بأنه لا أهمية لقراءة الموضوع نفسه.

٣- تجنب الحشو اللفظى الذى يجعل من قراءة العنوان أو العناوين عملية شاقة ترهق العين وتتداخل فيها الحروف أثناء القراءة، ولذا ينبغى اختصار الألفاظ أو الكلمات غير الضرورية.

٤- عدم تكرار استعمال الكلمة نفسها فى سطر العنوان نفسه.

٥- العمل بقدر الإمكان على أن يكون كل سطر من سطور العنوان مستقلا بذاته، يحمل معنى متكاملا، وفى حالة الاضطرار إلى استكمال المعنى فى سطرين ينبغى أن يجمعا من حجم واحد للحروف.

٦- فى حالة العناوين التساؤلية ينبغى أن تكون هناك إجابات على هذه التساؤلات فى جسم الحديث.

٧- عدم التكرار فى أفكار العناوين.

٨- تجنب العناوين الغامضة.

٩- تجنب استخدام الألفاظ التى يمكن أن تنطق بصورتين مختلفتين وتعطى معنيين؛ نظرا لأن حروف الطباعة قد لا يتم تشكيلها بل ينبغى اختيار الألفاظ القاطعة فى النطق بما لا يحتمل الواحد منها نطقين.

١٠- أن يكون محددا، بحيث لا يعطى استنتاجا لا يتفق مع جوهر الحديث نفسه.

٢- التحقيق الصحفى

تعريفه:

التحقيق الصحفى هو عبارة عن تحرى ودراسة وبحث حول قضية معينة أو ظاهرة أو فكرة تشغل اهتمام الجماهير فى وقت ما ويدور حولها سلسلة من التساؤلات والاستفهامات التى تحتاج لإجابة وكذلك بعض المشكلات التى تحتاج لحلول من خلال الاستعانة بالمصادر المختلفة المتصلة بها سواء أكانت حية أو غير حية، وإجراء سلسلة من اللقاءات والبحث فى الوثائق والتقارير والملفات، وذلك كله سعيا وراء الوصول فى النهاية إلى حلول أو إجابات لها.

وهناك نوعان رئيسيان للتحقيق الصحفى:

١- التحقيق الصحفى الطويل المفصل (والمعتمد أساساً على الكلمة):

تكون فيه الكلمة هى الأساس تعاونها المواد المصورة (صور - رسوم - أشكال توضيحية)، ويبذل المحرر قصارى جهده فى الالتقاء بالمصادر وقراءة الوثائق والاستعانة بكل وجهات النظر والآراء المؤيدة والمخالفة لوجهة نظر المحرر، وقد يستعين فى تحليله وتفسيره بالحاسبات الإليكترونية التى تعطى البيانات مصنفة مبوبة مجدولة جاهزة للتحليل.

ويستفيد التحقيق الصحفى الطويل المفصل من التيارات الصحفية الجديدة بشكل مكثف، فمن حيث الرؤية أو الفكرة أو التخطيط يستفيد من تيار استخدام أدوات ومناهج البحث العلمى الاجتماعى وتقنياته خاصة (مجال العلوم السلوكية)

"Precision Journalism" التى تزعمها Philip E Meyer وزملاؤه وتلاميذه منذ عام ١٩٧٢ وحتى الآن.. وظهر تطبيقها العملى فيما سمى بعد ذلك بالتغطية الاستقصائية، التى تتخذ شكل التحقيقات الصحفية الكاشفة التى قد تنشر فى يوم واحد أو أكثر.

٢- التحقيق الصحفى المصور:

ويعتمد على المواد المصورة (الصور الفوتوغرافية) كعنصر أساسى، وتعد الكلمة أو المتن هنا عاملا مساعدا أو معضدا للصورة، وتخصص بعض الجرائد صفحات يومية لهذا النوع من التحقيقات، وهناك وكالات صحفية متخصصة فى هذا الشكل الصحفى على مستوى الولايات المتحدة الأمريكية، وأوربا الآن.

ويقسم الدكتور محمود أدهم التحقيق الصحفى إلى الأنواع التالية:

١- التحقيق الصحفى العام:

وينقسم إلى عدة أقسام من أهمها:

(أ) التحقيق العام المشوق: ويكون التشويق هو أبرز سماته والخط الأساسى فيه ويهدف إلى التثقيف والتسلية الرفيعة والإمتاع الذهنى والأساسى من خلال طرح عدد من القضايا والصور الإنسانية ولكن بالأسلوب المشوق نفسه الذى يهدف أيضا إلى القضاء على ملل القارئ.

(ب) تحقيق المشكلات: وتساهم من خلاله الصحيفة فى كشف العيوب والثغرات والبحث عن الجوانب السلبية المتمثلة فيما يعانيه الناس من مشكلات فى حياتهم اليومية العادية.

(ج) تحقيق الرحلات.

(د) تحقيق دراسة الشخصية.

(هـ) تحقيق المناسبات.

٢- التحقيق الصحفى الخاص.

٣- أنواع أخرى هى:

(أ) الدراسة الصحفية أو البحث الصحفى.

(ب) الحملة الصحفية.

(جـ) التحقيق الإعلانى.

الفكرة التى تصلح تحقيقا صحفيًا :

لابد أن تكون مهمة لأكبر قطاع ممكن من الجماهير (الذين تستهدفهم) حاليا وأن تتسم بالجدة أو تقدم من خلال معالجة جديدة فى حالة ما إذا كانت قديمة.

مصادرها:

١- ما تقدمه وسائل الإعلام العامة كالصحافة أو الراديو أو التليفزيون من مواد، ويدخل فيها الإعلانات التى قد تكون مصدرا لفكرة تحقيق صحفى.

٢- المشاهدات المختلفة للصحفى وتجاربه أو تجارب غيره سواء فى بيئته المحلية أو فى المؤتمرات المختلفة (صحفية، علمية، دينية، اقتصادية، سياسية) أو فى رحلات أو فى مختلف قطاعات ومؤسسات الدولة.

٣- القصص الإنسانية والحالات الغريبة والشاذة.

٤- المناسبات والأعياد المحلية والقومية والعالمية الدورية والظروف الجديدة أو الطارئة التى تقتضى التعرف على آراء الجمهور والإجابة على تساؤلاته (فى الانتخابات، وفى أوقات الأزمات مثلاً).

٥- الدراسات والأبحاث والتقارير والنشرات والوثائق المختلفة.

مراحل إعداد التحقيق الصحفى :

١- التخطيط:

(أ) تحديد هدف الموضوع وحيزه المكانى والزمانى، مع دراسة مدى أهمية هذا الهدف للجمهور الذى يرغب الصحفى فى الوصول إليه ومدى اتفاقه مع سياسة الصحيفة التحريرية واتجاهها السياسى.

(ب) اختيار التوقيت المناسب لإعداد التحقيق ونشره، وذلك لضمان جذب انتباه القراء المستهدفين.

(ج) الدراسة الاستطلاعية بهدف فهم الموضوع ومعرفة جذوره التاريخية وما سبق أن كتب أو قيل عنه من قبل (من خلال المصادر البشرية والمصادر غير الحية كالصحف والدوريات المختلفة والكتب والوثائق والتقارير).

(د) دراسة مبدئية للمصادر التى يمكن أن تساعد فى الإدلاء بمعلومات أو آراء حول الموضوع من حيث مدى دقتها وموضوعيتها، ومدى تخصصها واتفاقها مع سياسة وأسلوب الصحيفة وموافقتها على المشاركة فى الموضوع.

(هـ) فى ضوء هذه الدراسة ترسم الخطة متضمنة:

* النقاط التى سيتناولها الموضوع مرتبة.

* المصادر البشرية الأقدر على الإدلاء بمعلومات أو آراء حول هذا الموضوع مرتبة، وكذلك الوثائق والتقارير وغيرها من المصادر غير الحية.

٢- جمع المعلومات وتحليلها:

١- جمع المعلومات والوقائع والآراء من المصادر المختلفة التى سبق تحديدها وترتيبها سواء أكانت حية أو غير حية.

٢- مراجعة ما تم الحصول عليه للتأكد من أنه قد تم فعلا تغطية كل جوانب الموضوع والتعرف على كل الآراء حوله وذلك بالمقارنة بينه وبين الخطة الموضوعة أصلاً.

٣- تحليل المعلومات والآراء المجموعة وتصنيفها بهدف الوصول إلى النتائج أو الحلول أو التصورات المقترحة.

٣- تحرير التحقيق الصحفى ومراجعته:

(أ) إعداد المادة للتحرير:

* فرز المادة التى تم الحصول عليها للتمييز بين الصالح منها وغير الصالح.

* استبعاد المادة الثانوية أو غير الأساسية أو التى لا تعد فى صلب الموضوع أو غير المتفقة مع سياسة الصحفية التحريرية أو فكرها السياسى.

* وضع خطة تتضمن عناصر صياغة الموضوع مرتبة حسب أهميتها - من وجهة نظر المحرر طبعا.

* على ضوء هذه الخطة تصنف المادة المختلفة لتوضع كل واحدة تحت عنصرها.

* تجميع آراء المصادر المختلفة التى تدور حول نقطة واحدة مع بعضها البعض.

(ب) تحرير التحقيق:

وينقسم التحقيق إلى أربعة أجزاء:

المقدمة - الهيكل أو الصلب - الخاتمة - العناوين الرئيسية.

ب/١ المقدمة: وينبغى أن تكون مشوقة وجذابة بحيث تشد القارئ وتجعله يقدم على القراءة وأن تقدم له فكرة عن الموضوع، ولكنها فى نفس الوقت لا تلخص الموضوع وإلا اكتفى القارئ بقراءتها، كما ينبغى أن تكون قصيرة لا تزيد على فقرتين أو ثلاث.

وهناك عدة أنواع للمقدمات، هى:

١- مقدمة التباين.

٢- مقدمة التساؤل.

٣- مقدمة الوصف (أشخاص - مكان - تصرف شاذ غير متوقع).

٤- المقدمة المعبرة أو المؤثرة (تعتمد على المعانى الإنسانية).

٥- مقدمة الحوار.

٦- مقدمة الجمل المقتبسة (فى حالة ما إذا كانت هى المحور وفى إبرازها دلالة على اتجاه معين أو دعوة لموقف معين).

ويستغرق تحرير المقدمة وقتاً قد يقترب من الوقت الذى يستغرقه الهيكل، ونجاح المحرر فى ذلك يتوقف عليه إلى حد كبير نجاحه فى صياغة الموضوع كله.

ب/٢ الهيكل: ينقسم إلى فقرات، كل فقرة عبارة عن فكرة أو عنصر من عناصر التحقيق وينبغى هنا مراعاة هذه الأمور:

١- البدء بالفقرة الأكثر أهمية فالأهم فالمهم فالأقل أهمية.

٢- أن تقود كل فقرة إلى الفقرات الأخرى فى تسلسل منطقى يريح ذهن القارئ ولا يرهقه فى متابعة التحقيق.

٣- الاعتماد على الجمل القصيرة والبعد عن الجمل الطويلة أو الإكثار من الجمل الاعتراضية.

٤- ليس هناك ما يمنع من الاستعانة فى بعض الأحيان ببعض عبارات المصادر التى تحدثت فى الموضوع بل إن هذا قد يكون ضروريا فى حالة عرض رأى لهذا المصدر وهو أيضا يضفى حيوية على التحقيق.

٥- لا ينبغى فى الوقت نفسه أن نبدأ كل فقرة بكلمة (يقول فلان ...) لأن هذا يقضى على الهدف منها ويجعل التحقيق فى صورة رتيبة مملة.

٦- عرض الحقيقة صحيحة وكاملة وواضحة، وهذا يقتضى أن نقدم مع كل عنصر الشواهد والبراهين والأمثلة المدعمة بالأرقام والإحصائيات التى تؤكده.

٧- التناسب المنطقى بين فقرات التحقيق.

العناوين الفرعية:

تأتى فى بداية كل فكرة جديدة أو عنصر جديد، ويراعى أن تتسم بما يلى:

١- الإيجاز والوضوح والتشويق.

٢- عدم تكرار العنوان الفرعى لما جاء فى العناوين الرئيسية.

٣- تقديم العنوان الفرعى لمعلومة عن الفقرة التى يتصدرها.

وأبرز وظائف العنوان الفرعى أنه يكون بمثابة محطات تتوقف عندها العين عن القراءة والتنقل بين رتابة سطور الكلام الرمادى الرتيبة ثم تستعد لمواصلة القراءة من جديد.

ب/٣ الخاتمة: وهى نهاية التحقيق ويقدم فيها المحرر بتركيز شديد تلخيصا لما انتهى إليه التحقيق من نتائج تتمثل فى حلول أو إجابات أو اقتراحات وينبغى ألا تزيد على فقرتين وتنتهى بعبارة قوية تمس جوهر التحقيق.

قوالب التحقيق الصحفى:

ويقترح بعض علماء الصحافة قوالب مختلفة لصياغة التحقيق هى:

١- قالب العرض (عرض كل جوانب المشكلة وأبعادها).

٢- قالب القصة (يناسب تحقيق يتناول وقائع متسلسلة الأحداث).

٣- قالب الوصف (تحقيق عن حادثة معينة مثل انهيار عمارة أو سقوط طائرة).

٤- قالب الاعتراف (مع مرتكب حادث معين أو شخصية عامة معروفة).

٥- قالب الحديث (التحقيق الذى يتناول موضوعاً جافاً أو علميا).

وهذه ليست قوالب ثابتة أو جامدة لابد أن يلتزم بها المحرر بل إن هناك مجالا كبيرا للابتكار والتجديد.

وهناك عدة ملاحظات فى النهاية تتعلق بالمحقق الصحفى نفسه هى:

- أن المحرر الصحفى وهو يكتب لا يستطيع أن يفلت من تأثير مذهبه السياسى وعقيدته وفكره.
- أن الفكرة الواحدة يختلف تناولها ومعالجتها من شخص لآخر كما تختلف فى أسلوب عرضها.
- أن المحرر الصحفى وهو يذهب لعمل تحقيق قد لا يكون له موقف مسبق، ولكن لابد أن يكون له فى النهاية رأى وموقف.

ولتداخل وظيفة التحقيق الصحفى أو الاستقصاء مع وظائف أشكال صحفية أخرى نجد أن التحقيق يوظف هذه الأشكال داخله كأساليب لجمع المادة

Washington Post الشهير المعروف بفضيحة ووترجيت التى تعد نموذجا مثاليا للتغطية الصحفية الاستقصائية التى تحرر فى شكل التحقيق الصحفى والذى سبقت الإشارة إليه.

الموضوع الصحفى (موضوع المعالم) Feature:

وهو شكل صحفى يستخدم بشكل متسع فى صحافة اليوم - وخاصة فى الصحافة الأمريكية - كإحدى وسائل الصحيفة فى مواجهة التغطية التليفزيونية المصورة؛ وهناك أكثر من اتجاه فى تعريف الموضوع الصحفى يمكن حصرها فى الاتجاهات التالية:-

الاتجاه الأول: يعرف الموضوع الصحفى Feature بأنه الموضوع الإخبارى الخفيف المصاغ فى قلب إنسانى، أو مرح، أو غير جاد، أو غير حالى ويندرج تحت ذلك التعريف:

١- القصة الإخبارية الباسمة.

٢- القصة الإخبارية الجانبية.

٣- القصة الإخبارية السردية.

وكلها قصص إخبارية، لكن الخلاف بينها وبين القصة الإخبارية التقليدية يكمن فى المضمون بتركيزها على زاوية مرحة أو جانبية أو شخصية، وكذلك ترتيبها لجوانب الحدث بشكل قصصى، وينطلق هذا التعريف من أنه توجد فى الصحيفة مادة غير إخبارية Non news.

الاتجاه الثانى: يعرف الموضوع الصحفى بأنه أى شكل غير إخبارى من الأشكال الصحفية التى تنشر فى الصحيفة ويندرج تحته:

١- الحديث الصحفى.

٢- التحقيق الصحفى.

٣- المقال الصحفى.

٤- التقرير الصحفى.

الاتجاه الثالث: يعرف الموضوع الصحفى بأنه أى مادة صحفية إخبارية فيها نوع من الإبداع والابتكار وعدم التقيد بأصول وأسس الأسلوب الإخبارى الصارمة الكلاسيكية من حيث الموضوعية والتحديد والتحرير للتعبير To express وليس للتأثير To impress، ويتضمن حدثا أو موقفا جانبيا أو موقفا من الحياة قابلا للاستمرارية، ويمكن الحصول على مادته وتحريرها ثم نشرها فى أى وقت حيث إنه لا يرتبط بالآنية، لأنه لا يتقيد بتفاصيل الحدث الحالية، بل يتجاوزها إلى التفسير والتحليل ويضعها فى الإطار الإنسانى.

وهذا الاتجاه فى تعريف الموضوع الصحفى هو الأكثر عملية ومنطقية فى ظل الممارسات اليومية الشائعة فى صالة التحرير الأمريكية فى مجال التغطية الإخبارية، حيث يفرق ويميز بين الموضوع الصحفى Feature وباقى الأشكال الصحفية - ومنها الخبر - من جوانب ثلاثة هى:

١- التوقيت: حيث لا يرتبط بتوقيت معين فى النشر.

٢- الأسلوب: حيث لا يتقيد بقواعد التحرير الإخبارى الصارمة، وإنما يتجاوزها لمزيد من الذاتية.

٣- الوظيفة: وهى هنا مزيد من الشرح والتفسير إضافة إلى التسلية والإمتاع الوجدانى والتوحد مع مشاعر القارئ.

وانطلاقا مما سبق يكون الموضوع الصحفى شكلا تفسيريا، أكثر منه إخباريا، حيث إنه يتسم بالجوانب التالية:

١- الإبداعية: التى تسمح للمحرر الصحفى بالابتكار والتجديد فى أسلوب الكتابة مع مراعاة الدقة.

٢- الذاتية: إذ يمكن للمحرر الصحفى أن يدخل مشاعره الخاصة وأفكاره فى الموضوع خاصة حينما يكون فى موقع الحدث، ويعيش الواقعة بنفسه، ولكن النقاد يحذرون من طغيان "الأنا" بين ثنايا هذا الشكل الصحفى خاصة بين صغار المحررين، ويقدم بعضهم حلا وسطا يقول: "إذا لم تكن المشارك الأساسى فى الحدث فدع نفسك خارج الموضوع !!" .

٣- التأثير الإعلامى من خلال تزويد القارئ بجرعة إخبارية تضم معلومات دسمة عميقة إلى جانب المعلومات الخفيفة المرحة ذات الطابع الإنسانى، فى قالب جذاب بسيط.

٤- الإمتاع من خلال إتاحة الفرصة للقارئ للراحة أو التوقف المحبب إلى نفسه، بخفة وتنوع وظرف، وتعطى القارئ سببا مهما آخر لقراءة الجريدة غير الأخبار الجادة الصارمة.

٥- الدوام: إذ من الممكن تأجيل نشر هذه الموضوعات لأسابيع أو لشهور قبل النشر، وبعض الجرائد تنشئ ما يطلق عليه Feature Bank أو بنك الموضوعات الصحفية، التى يتم تحريرها وصفها وإخراجها مجهزة للنشر فى أى لحظة، ويتيح ذلك للمحرر فرصة إعداد الموضوع على مهل ومعالجته بشكل فيه إبداع وابتكار.

٦- الإيقاع: إذا سئل محرر قسم الأخبار عن الطول المناسب لنصه الإخبارى، فإن محرره المسئول يجيبه بالقول: "قصير ومختصر بقدر

٧- الأسلوب التحريرى: فمحرر الموضوع مثل راوى الحدث الدرامى الذى يحكى قصة ويروى بالكلمات، بل يرسم بها صورا ذهنية فى عقل القارئ، ويحاول جذب القارئ إلى هذه القصة من خلال التوحد السيكولوجى مع الشخصية المحورية فيها، لهذا يحتاج إلى خيال خصب، ولغة سلسة، وكلمات معبرة، بدون تشويه للحقائق، بل مجرد تلوين لها وتنويع فى أسلوبها.

٤- الحملة الصحفية Crusade :

لا يمكن وصفها بأنها شكل صحفى واحد، بل هى توظيف لأشكال صحفية مختلفة وفقا لخطة موضوعة لإثارة قضية، أو لعرض موضوع أو لإبداء رأى أو للرد على موقف اتخذته جماعة ما.

وهى عملية البحث فى أعماق مشكلة ما وتقديمها إلى الجمهور والمسئولين بوقائعها الصحيحة مجردة تجريدا تاما ونزيها .

ويعرف الدكتور سيد سلامة الحملة الصحفية بأنها ليست شكلا صحفيا تحريريا ، ولكنها فى الأساس عبارة عن مضمون أو محتوى فى قالب تحريرى أو شكل صحفى يهاجم (المستَهْدِف) سواء أكان شخصا أو قضية أو مشكلة، ويتحقق من خلال هذا المضمون أو المحتوى مفاجأة الخصم (المستَهْدَف) بالحقائق التى تعتمد على الوثائق والمستندات، وذلك لتحقيق هدف مباشر وهو إرباك الخصم وهدف غير مباشر وهو التأثير السريع على المتلقى فى محاولة

ويحاول محرر الحملة أثناء النشر أن يخلق صراعا بين طرفين: الأول هو المتلقى أو مستقبل الحملة، والطرف الآخر هو المستهدف من الحملة الصحفية.

وقد يكون المستهدف من الحملة الصحفية شخصا أو مجموعة أشخاص تؤثر تصرفاتهم أو سلوكياتهم على المجتمع بطريقة ما، أو قضية أو مشكلة أو ظاهرة.

ويؤكد الدكتور سيد سلامة على أن المقصود بالطابع الهجومى فى مضمون الحملة ليس الإسفاف أو الشتائم واستخدام الألفاظ الجارحة، بل هو الطابع الهجومى الذى يتصدى للحملة مهاجما من خلال الحقائق والمعلومات المدعمة بالوثائق والمستندات والبيانات الدقيقة، فالعمود الفقرى للحملة الصحفية هو الطابع الهجومى إضافة للطابع التوثيقى لها.

فمحرر الحملة الصحفية يستخدم الألفاظ والعبارات والتركيبات البعيدة تماما عن الإسفاف، والمحققة لأقسى أنواع الهجوم من خلال الوثائق التى تحتويها، ولا ينشر محتوى الحملة أو مضمونها فى موضوع واحد ولكن فى سلسلة من الموضوعات المتتالية.

وهنا ينبغى التفرقة بين الحملة الصحفية وأى مضمون آخر قد ينشر فى شكل سلسلة من الموضوعات، حيث لا يمكن أن نطلق عليها حملة صحفية رغم أن هذا المضمون قد يتعرض بالنقد لقضية أو مشكلة أو شخص ما أو عدة أشخاص، فالمعيار الأساسى الذى يمكن استخدامه - من وجهة نظر الدكتور سيد سلامة - لوصف المضمون بأنه حملة صحفية هو مدى استفادة المضمون وتعميقه بالحقائق الوثائقية، إضافة إلى مدى اتسام هذا المضمون بالطابع الهجومى أو الانتقادى العنيف، وعدم وجود جدل أو خلاف فى الرأى حول موضوع الحملة، حيث إن الوثائق المعدة للحملة لا تترك فرصة للجدل فيها.

وقد تسعى الحملة لإحداث تغيير مادى أو معنوى، فالتغيير المادى يكون بالقضاء على انحرافات أو أوضاع سلبية أو تقديم المفسدين والمخطئين لأجهزة التحقيق لمحاسبتهم على أخطائهم وفسادهم.

أو قد يكون ذلك بالمطالبة باتخاذ قرارات معينة أو تبنى سياسات جديدة أو إصدار تشريع ما.

وقد يكون التغيير معنويا لتغيير أو تعديل اتجاهات القراء ومواقفهم إزاء موضوع الحملة أو تنبيه المسئولين والرأى العام لوضع معين غير سليم من الخطر استمراره ويجب تسليط الضوء عليه، فقد يكون هدف الحملة دق ناقوس الخطر أو الدفاع عن مواقف جماعة معينة وتأييدها ومساندتها أو العكس قد يكون الهجوم على مواقف هذه الجماعة ورفضها والسعى لتشويه صورتها.

وقد يكون هدف الحملة تحسين الصورة الذهنية الخاصة بمؤسسة ما أو شخص معين.

وكثير من الحملات يتم إعدادها والتخطيط لها لتلبى احتياجات المجتمع على المدى البعيد والبعض الآخر يبدأ بعد انتشار أخبار عن احتمال حدوث انتهاكات أو سوء استغلال خطير.

ويقسم الدكتور فاروق أبو زيد الحملة الصحفية إلى نوعين:

النوع الأول- الحملة الصحفية المخططة:

التى يخطط لها جهاز التحرير فى الجريدة، ويشترك فيها أكبر عدد من كتاب الجريدة ومحرريها، وتجهز لها الوثائق والأدلة والأقوال والدراسات والبحوث ولا يتم نشرها إلا بعد استكمالها من جميع النواحى وتصبح صالحة للنشر.

النوع الثانى- الحملة الصحفية المفاجئة:

وهى التى تتم بدون إعداد مسبق، بل يفرضها تطور الأحداث فى المجتمع، فقد ينشر خبر صغير تمسك الجريدة بأحد خيوطه وتتابعه فى مجموعة من

وحينما توسعت الجرائد فى الإبراز والتركيز والتحرى عن قضايا معينة، أو مواقف أو أمور تحدث فى المجتمع، خاصة جوانب الانحراف والفساد، نشأ لون جديد من التغطية الصحفية سمى بالتغطية الاستقصائية Investigative Reporting، وسمى محرروه بالـ: Muck Rekers أو المنقبون عن الفساد وقد أطلق هذا الاسم أساسا على مجموعة الصحفيين الذين قادوا حملات صحفية مهمة ضد الفساد خاصة عام ١٩٠٢، حين أدى التوسع الصناعى السريع بعد الحرب الأهلية إلى الكثير من أنواع الظلم والشرور وكانت الاحتكارات موضع قلق عام ورأى فيها بعض المراقبين تحالفًا غير سديد بين التجارة والسياسة واعتمد هؤلاء الصحفيون (المنقبون عن الفساد) فى حركتهم الصحفية على نشر التحقيقات الصحفية الكاشفة المبنية على وثائق رسمية وخاضعة لمراقبة الخبراء، وبرزت حركة المنقبين عن الفساد كقوة مهمة سنة ١٩٠٦ ثم أخذت تنحصر بعد ذلك بعامين، ثم بلغت ذروة النجاح سنة ١٩١١ مرة أخرى، ثم تبددت سنة ١٩١٢؛ فقد ملها الجمهور، ولكثرة الضغوط المالية على بعض الصحف، كما بدأ إصلاح بعض المساوئ التى تم كشفها، وينسب إليها - كحركة لكشف الفساد وفضحه - دور مهم فى عدد من الإصلاحات تجلت، فى إصدار قانون على مستوى الحكومة الاتحادية حول الغذاء النقى، قوانين تشغيل الأطفال، وقوانين تعويض العمال، ونشاطات لجنة التعريفات الجمركية وتحقيقات الكونجرس.

وتحاول الجرائد الأمريكية - بشكل متزايد - أن تشجع المحررين ذوى الخبرة على التحرر من القصص الروتينية حتى يستطيعوا معالجة القضايا والموضوعات ذلك المغزى التى تتطلب وقتا أكبر وخبرة، وأشهر نماذج التغطية الاستقصائية قدمها كل من المحرريْن Bob Wood Ward و Carl Bernstein بجريدة الـ Washington Post حيث نجحا فى كشف تورط الرئيس

Richard B. Nixon فـى فضيحة التنصت علـى مقر الحزب الديمقراطـى، التـى أدت فـى الـنهاية إلـى استقالة نيكسون بعد إدانـته هـو وكـبار معاونيه سنة ١٩٧٤.

ومـن نمـاذج التغطـية الاستقـصائية فـى الـصحافة الأمـريكية، التـى اسـتعانت بالحاسـبات الإليكتـرونية تلـك التحقيقات المسلسلة التـى أعـدها Albright Joseph، والتـى بـدأت عمليات إعدادها أو تغطيتها ليلة ٣١ مـارس سنة ١٩٨١، وهـى الليلة التـى تعرض فيها الرئيس الأمريكـى ريجان Ronald Reagan لمحاولة اغـتيال، فقد علم المحــرر وهـو مـراسـل صـحـف Cox فـى واشـنطون من مصـدر فـى المباحـث الفيدرالية أن البنـدقية التـى تـمـت بهـا محاولـة الاغـتـيال من نوع (RG. ١٤) وهـو نـوع لـم يـسمع بـه المحـرر مـن قبل، وعلـم أيـضاً أن أجـزاء هـذه البندقية تـم جمعهـا فـى ميامـى مـن قطـع وأجـزاء مـصنوعة فـى الخـارج، وفـى الأسـبوع التالـى بـدأ المحـررون: Andrew Alexander و Joseph Albright و Henry Eason و Cheye Audson العاملـون فـى مجمـوعة صـحـف Cox، فـى إعـداد تحقيق صـحفى عـن البنـادق اليدوية، سعوا فيه للوصول إلى إجابة عن عدد من الأسـئلة حـول: سـمات هـذه البـنادق وأحجامهـا وأسـعارها ومـصادرها وأسـاليب تـشغيلها وصـيانتها وصـناعتها ومـورديها، وأسـاليب الحـصول علـيها، ونوعـية الجـرائم التـى تـستخدم فيها، وعندما حاولـوا الحـصول علـى إجابات من الأجهزة والهيئات الرسمية التـى تملك هذه الإجابات، لم يجدوا ما يرضيهم وتوقفوا لفترة، ثـم علمـوا مـن مـصدر بالـشرطة أن هـناك سـجلات للبـنادق الـيدوية فـى وزارة الخـزانة الأمـريكية ولكنها مخـزنة بلغـة الحاسبات الإليكترونية ومحمية من الفتح وحصلوا على نسخة من هذه الأشرطة.

وبـدأت مـرحلة الـرغبة فـى تفـسير هـذه الأشـرطة أو تـرجمة المعلـومات الموجـودة علـيها إلـى لغـة مفهـومة، أو فـتح البـرنامج وأخـذ Joseph Albright الـشريط إلـى صـديق لـه فـى شـركة خـدمات حاسـبات إليكتـرونية بالقـرب مـن

Albright لم ييأس وحاول
فى أكثر من مكان، حتى نجح فى ترجمة الشريط إلى لغة حاسب إليكترونى (ترميز) قابلة للعرض، وقام خبير فى الحاسبات الإليكترونية بمعالجة الشريط، وهنا أصبح لدى المحرر مادة خام لموضوعه.

وكشفت محتويات هذا الشريط عن ١٥ نوعا من البنادق الآلية، وعلاقتها بالجرائم فى ١٨ مدينة أمريكية، وعن كل الخلفيات الإدارية والاقتصادية الخاصة بها، وبدأ المحررون فى كتابة موضوعهم على ست حلقات نشرت من ٦ إلى ١١ سبتمبر عام ١٩٨١ بعنوان: "القتلة ذو الأنوف الغطساء" The Snubnosed Killers وكشفت هذه التحقيقات عن الشركات والأشخاص الذين يصنعون أو يستوردون المعدات والأسلحة المختلفة التى تستعمل فى الجرائم وأحداث العنف والشغب والمظاهرات، وسمات هذه الأسلحة وإعدادها وأساليب الحصول عليها.

وقد انتشر هذا النوع من التغطية فى السبعينيات من القرن الماضى لأسباب عديدة منها: الدعم المالى الذى حصلت عليه فى أوائل السبعينيات، إذ كان التخطيط لذلك قد بدأ منذ عام ١٩٦٨ بشكل غير منتظم، وأصبح هناك منظمة أو مؤسسة أو صندوق مستقل هو Fund of Investigative Journalists تموله أساساً المؤسسات والأفراد، ونجح هذا الصندوق فى تمويل أكثر من ٦٠ مشروع تغطية استقصائية خلال الفترة من سبتمبر عام ١٩٧١ حتى سبتمبر عام ١٩٧٣، بعضها لم ينشر فى شكل تحقيقات صحفية مباشرة ولكنه كشف عن أوجه نشاط قابلة للمناقشة تتصل بالأوضاع المريبة فى النشاط الاقتصادى أو الحياة السياسية، وعن فساد الحكومة وأشياء أخرى. ومن أفضل هذه الاستقصاءات أو التحقيقات الكاشفة التى نشرت، ما

Seymour M. Harsh عن مجزرة ماى لاى، التى قام بها الجنود الأمريكيون أثناء حرب فيتنام ونال عنه جائزة بوليتزر.

وجائزة بوليتزر هى أرفع الجوائز قيمة فى الولايات المتحدة، وتعطى فى أربعة مجالات هى: الصحافة، الأدب، الموسيقى، والخدمة العامة، وتنسب إلى الصحفى الأمريكى الكبير Joseph Pulitzr (١٨٤٧-١٩١١)، وهو مجرى الأصل، هاجر إلى الولايات المتحدة وأسس فيها عام ١٨٧٨ جريدة St. Louis Post Dispatch وفى عام ١٨٨٣ اشترى جريدة The World وجعلها جريدة ناقدة كاشفة عن الفساد من خلال الحملات الصحفية العنيفة، وسجلت أعلى أرقام توزيع فى عصرها.

وقد أوصى Joseph Pulitzr قبل وفاته عام ١٩١١، بأن تستغل تركته البالغة ٢ مليون دولار فى إنشاء مدرسة عليا لتعليم الصحافة بجامعة كولومبيا بمدينة نيويورك، وأن تبدأ المدرسة بعد خمس سنوات من عملها فى توزيع جوائز لمن يسهمون فى تطوير الصحافة، والأدب، والموسيقى، والخدمة العامة. وتم تأسيس المدرسة عام ١٩١٢، وبدأت فى إعطاء الجوائز عام ١٩١٧.

وقيمة جائزة بوليتزر ألف دولار إلى جانب ميدالية ذهبية، وبالنسبة للصحافة تمنح فى ١٢ مجالاً هى: التغطية الاستقصائية المحلية، التغطية القومية، التغطية المحلية، المراسلة الدولية، كتابة الموضوع الصحفى، كتابة مقال الرأى، الكاريكاتير، الصور الإخبارية، صور الموضوعات الصحفية وموضوعات الخدمة العامة، كتابة التعليق، مجالات خاصة غير محددة مسبقا .

وفى عام ١٩٧٦ تأسس اتحاد المندوبين والمحررين الاستقصائيين Investigative Reporters and Editors. (IRE) . كجماعة أو تجمع صحفى - لا يهدف إلى الربح - على يد مجموعة من المحررين الاستقصائيين لتشجيع الصحافة الاستقصائية وتنميتها، ووضع خطط لتطوير مركز للموارد يضع

وفى نهاية ١٩٧٦ شكلت الجماعة فريق عمل صحفى بقيادة محرر جريدة Newsday الشهير Robert Green، لإجراء تغطية استقصائية عن الجرائم التى أدت إلى اغتيال Don Balles محرر جريدة Arizona Republic الذى كان يقوم باستقصاء نشاط الجريمة المنظمة فى ولايته (أريزونا) ووضعت قنبلة فى سيارته.

وقاد Robert Green فريق العمل الاستقصائى الذى ضم ٣٦ محرراً من جرائد ومجلات ومحطات من مختلف أنحاء الولايات المتحدة، وانتهى الاستقصاء بنشر ٢٣ موضوعاً عن الجريمة فى ولاية أريزونا، وقادت تلك المؤسسات المسئولين إلى اتخاذ عديد من القرارات والإجراءات بصدد الجريمة وبذلك استكمل المحررون الاستقصائيون الموضوع الذى اغتيل Don Balles بسببه.

وفى عام ١٩٧٩ افتتحت Investigative Reports and Editors, Inc. مركز بول ويليامز التاريخى للتغطية الاستقصائية بجامعة ميسورى، وأعلنت عن خطط لتطوير الاستقصاء، وعن جوائز جديدة لأفضل المحررين الاستقصائيين.

وتستخدم التغطية الاستقصائية الآن بشكل متسع فى مجالات كشف الفساد فى المجتمع والنقد، وتقديم الرؤية الاستقصائية الشاملة التى لا يستطيعها الراديو أو التليفزيون وقد صاحب هذا نمو متزايد فى توظيف الحاسبات الإليكترونية لأغراض تصنيف المعلومات والبيانات الكثيرة التى يحصل المحررون الاستقصائيون عليها وتحليلها بشكل يساعدهم على الوصول إلى خلاصات كمية دقيقة منها.

وقد ساعد على هذا انتشار استخدام المؤسسات الحكومية والمؤسسات الخاصة للحاسبات الإليكترونية فى تخزين المعلومات وتصنيفها واسترجاعها، مما أتاح إمكانية الحصول عليها بنفقات قليلة أو بدون نفقات على الإطلاق.

خطوات إجراء الحملة الصحفية المخططة:

أولاً- تحديد موضوع الحملة:

عندما تصل الصحيفة إلى اقتناع بأنها قد استنفدت كل الطرق فى تصديها لإحدى المشكلات أو القضايا التى تمس أو تهم قراءها رغم مرور فترة طويلة على الجهود التى تبذلها فى هذا الصدد بالتغطية الإخبارية المستمرة وإجراء التحقيقات الصحفية وكتابة المقالات وغير ذلك، وتظل المشكلة قائمة أو يظهر للصحيفة بشكل أو بآخر أن هناك فسادا أو انحرافا أو خللا فى جهة أو مؤسسة أو هيئة أو عند مسئول معين، قد ترى الصحيفة أن الوسيلة الأفضل لمواجهة ذلك هى تناولها من خلال حملة صحفية والموضوع الذى يجدر أن تنظم من أجله حملة صحفية يتسم بما يلى:

١- مشكلة أو قضية على قدر كبير من الأهمية أصبحت مزمنة وتحتاج إلى مواجهة حاسمة.

٢- تهم قطاعاً عريضاً من جمهور الصحيفة التى ترى تنظيم هذه الحملة.

٣- يتطلب اتخاذ إجراء حاسم يصحح الوضع القائم (قرار جديد، إلغاء قرار سابق، تعديل أو تطوير سياسة معينة، إصدار تشريع...).

٤- يحقق المصلحة العامة، وليس مصلحة ذاتية أو دافع شخصى للمحرر الذى يقود فريق العمل الخاص بهذه الحملة أو صحيفته أو مجموعات المصالح التى تعبر عنهم هذه الصحيفة.

وهناك وسائل مختلفة يمكن للمحرر أو الصحفى أن يحدد بناء عليها أن قضية ما أو وضعا ما يستحق أن يكون موضوعاً لحملة صحفية منها:

١- خبرة الصحفى واحتكاكه المباشر والمستمر والمتواصل بالجهة أو الهيئة التى يعمل كمندوب لصحيفته بها، مما قد يدفعه إلى إدراك أن

٢- مصدر من مصادر الصحفى نفسه.

٣- المتابعة المستمرة والواعية من جانب الصحفى لما يقدم من خلال وسائل الإعلام، وقد يكون مصدر ذلك مجرد خبر قصير أو تعليق أو شكوى منشورة فى بريد القراء أو من خلال برامج المستمعين أو المشاهدين أو إعلان منشور فى صفحة الإعلانات المبوبة.

٤- تجربة ذاتية للصحفى نفسه أو أحد المتصلين به.

٥- الشائعات، على أن يتعامل معها الصحفى بحذر، ويتقصى أولا حول مدى صحتها ودقتها وألا يسلم بها منذ البداية.

٦- استجوابات أو طلبات إحاطة أو غير ذلك مما قد يثار من خلال النواب فى البرلمان وأعضاء المجالس الشعبية والمحلية.

٧- تقارير بعض الأجهزة وخاصة الرقابية.

٨- الصدفة.

ثانيا - التخطيط لإجراء الحملة:

١- تحديد هدف الحملة أو أهدافها من البداية، وهو عادة الكشف عن الأخطاء التى تسبب عنها فساد واضح فى المجتمع، وهو تأكيد لوجود هذه الأخطاء بطريق الإلحاح عليها وعلى المسئولين عنها، ولذلك من الضرورى أن تتوجه الحملة إلى المسئول الرئيسى عن هذه الأخطاء وعدم الدخول فى قضايا جانبية أو التعرض لأشخاص تعد مسئوليتهم ثانوية أو هامشية.

٢- تحديد محاور الحملة الرئيسية والفرعية والمادة الصحفية المطلوب جمعها حول كل زاوية أو محور لتحقيق أهداف الحملة ومصادرها المختلفة ووسائل الحصول على هذه المعلومات.

٣- تحديد فريق العمل الذى سيكلف بتنفيذ الحملة.

وغالباً ما يكون هناك محرر معين هو صاحب فكرة حملة ما، وفى هذه الحالة يتم تكوين فريق يعاونه يتكون من بعض المحررين والباحثين ومحررى المعلومات، وتجدر الإشارة هنا إلى أهمية أن يكون المحرر الذى يقود هذا الفريق متخصصًا فى موضوع الحملة مما يسهل عليه المعرفة بخلفياتها وبداياتها وتطورها وأبعادها وجوانبها المختلفة، وملابساتها وتداعياتها والأطراف ذات العلاقة بها، وأفضل المصادر الذين لديهم أو يمكنهم تقديم معلومات صحيحة ودقيقة حولها.

فضلاً عن ضرورة تجنيد كل إمكانيات الصحيفة لتحقيق أهداف الحملة إذ لابد من تعاون كبار الكتاب والمحللين وكتاب الأعمدة ورسامى الكاريكاتير بالصحيفة باعتبار كل هؤلاء فريق متكامل.

ومن المهم أن يتم تحديد المسئوليات والمهام التى توكل لكل فرد من أفراد هذا الفريق فى إطار أهداف الحملة.

٤- تحديد الأشكال الصحفية التى ستستخدم فى تنفيذ الحملة وبعض الحملات قد تنفذ فى أغلبها من خلال أحد الأشكال الصحفية مثل أحد أعمدة الرأى لكاتب كبير بالصحيفة أو الرسوم الكاريكاتيرية أو التحقيقات، وإن كان هذا لا يمنع من مشاركة بعض الأقسام التحريرية الأخرى فى الصحيفة لدعمها ومساندتها.

وإن كانت معظم الحملات تسخر مختلف أقسام الصحيفة وتستفيد من كل الفنون الصحفية لتحقيق أهدافها.

٥- اختيار شعار للحملة Slogan ينشر مع مختلف حلقاتها وموضوعاتها، وقد يكون عبارة عن جملة قصيرة محددة بليغة تلخص هدف الحملة أو جملة مع رسم تعبيرى أو ساخر.

٦- تحديد الجدول الزمنى للحملة واختيار التوقيت المناسب لبداية النشر، فالتوقيت غير المناسب قد يؤدى إلى فشل الحملة تماما .

٧- اختيار نقطة البداية القوية للنشر.

٨- تحديد أساليب التقويم المرحلى والنهائى للحملة وقد تكون أساليب عشوائية تعطى مؤشرات وليس نتائج محددة مثل الاعتماد على رسائل القراء، ارتفاع أرقام توزيع الصحيفة مع استمرار نشر حلقات الحملة، وقد تلجأ الصحيفة لأساليب علمية مثل استطلاعات الرأى العام والبحوث العلمية.

ثالثا - تنفيذ الحملة:

الخطوة الأولى: جمع كل المعلومات والحقائق التى تغطى كل المحاور من مصادرها المختلفة وبأساليب متعددة بحيث تكون هذه المادة كاملة وصحيحة ودقيقة قبل بدء النشر.

ويتطلب الأمر أن يقوم فريق العمل بإعداد قائمة تتضمن المصادر البشرية وغير البشرية التى تفيد فى الحصول على المعلومات المتعلقة بموضوع الحملة.

ومن هذه المصادر البشرية:

* العاملون فى الجهة أو المكان ذوو الصلة الوثيقة بموضوع الحملة ممن قد يمثلون بداية الخيط الذى يمسك به الصحفى ليبدأ التفكير والتخطيط فى توجيه حملة صحفية حول موضوع ما بما قد يلمسونه من مظاهر فساد أو انحراف وما قد يقع تحت أيديهم من وثائق ومستندات تشير إلى

* المسئولون.
* المتخصصون الذين قد يكتشفون من خلال دراساتهم وبحوثهم خللا أو فسادا في احدى الجهات ذات الصلة بتخصصهم.
* الزملاء من الصحفيين والإعلاميين.
* القراء بحكم تعاملهم واحتكاكهم بالوزارات والهيئات والمصالح المختلفة قد يستشعرون خللا ما أو يسمعون بعض الشائعات التى تتردد حول مثل هذا الخلل أو الفساد أو الانحراف، ويتطوعون للاتصال بأحد الصحفيين الذين يتوسمون فيه الاستعداد والقدرة على التصدى لمثل هذا الخلل أو الانحراف أو الفساد، الأمر الذى لا يجب اهماله، ومن المهم التحقق منها.
* أعضاء المجالس النيابية والمحلية.
* الشخصيات العامة.
* أجهزة التحقيق والرقابة بمختلف هيئاتها.

ومن بين المصادر غير البشرية:

* الوثائق والمستندات المطبوعة.
* محاضر الاجتماعات والجلسات.
* محاضر التحقيقات.
* طلبات الإحاطة أو الاستجوابات ومضابط جلسات المجالس النيابية.
* مقالات أو مواد صحفية منشورة والتى قد تمثل معلومات خلفية.

* الصور الفوتوغرافية أو الرسوم البيانية أو الخرائط أو الصور الكاريكاتورية.
* شرائط تسجيل قد تتضمن بعض الوقائع أو المعلومات.
* شرائط ڤيديو قد يكون مسجلاً عليها بعض وقائع الفساد أو الانحرافات.
* ديسكات الكمبيوتر أو CD.
* الدراسات والبحوث والتقارير العلمية.
* تقارير الأجهزة الرقابية (مثل الرقابة الإدارية - الكسب غير المشروع - الأمن القومى - مكافحة التهرب من الضرائب...).
* بنوك وقواعد المعلومات وشبكات المعلومات العالمية كالإنترنت.
* التقارير الرسمية مثل تقارير الجهاز المركزى للمحاسبات، تقارير الوزارات، تقارير الميزانيات، لجان تقصى الحقائق، بيان الحكومة.
* المذكرات الشخصية لبعض الشخصيات العامة.
* التقارير الصادرة عن منظمات وهيئات دولية مثل البنك الدولى، صندوق النقد الدولى، منظمات حقوق الإنسان.

وهناك أساليب لجمع المادة الصحفية الخاصة بالحملة، بعضها تقليدية وهى إجراء المقابلات الصحفية للحصول على المعلومات أو التفاصيل أو التأكد من بعض المعلومات والتحرى والاستقصاء حول الجوانب المتعلقة بموضوع الحملة وأبعادها، وذلك مع كل الشخصيات المسئولة والمتخصصة ذات الصلة بموضوع الحملة، وكذلك المتورطين بشكل أو بآخر فى ملابسات الفساد أو الانحرافات.

وإن كان إجراء مثل هذه المقابلات ليس مسألة سهلة فى مثل هذه الحملات سواء بالنسبة لمن وردت أسماؤهم بشكل أو بآخر كمتورطين فى الفساد أو الانحراف الذى تنقب عنه الحملة أو الآخرين غير المتورطين ولكنهم يخشون

ومـن هـنا، فالأمـر يحـتاج لجهـد كبيـر واسـتعداد مـسبق وصـبر وإلحـاح وإصرار من جانب فريق العمل فى الحملـة، ويتوقف نجاحه على مدى قدرته على التحكم فى مجريات مثل هذه المقابلات.

وغالباً ما تشهد مثل هذه المقابلات مواجهات حادة بين المستهدف الذى يتسم عادة بالمراوغة والتحدى والسعى لإخفاء معلومات أو حقائق قد تدينه، والصحفى الذى يسعى لاستقصاء الحقيقة وتغطية كافة جوانب الموضوع ويحاول كشف الأكاذيب التى قد يطرحها المستهدف مستخدمًا فى ذلك أساليبه المختلفة.

كذلك يمكن الاستفادة مما هو متوفر من خلفيات ومعلومات فى أقسام المعلومات الصحفية، فضلاً عن فحصه للملفات والسجلات والوثائق التى عثر عليها أو استطاع الحصول عليها خاصة بموضوع الحملة.

إلى جانب أساليب مستحدثة أو مداخل جديدة لجمع المعلومات أو الوقائع منها: الملاحظة بالمشاركة، التجربة الميدانية، الدارسة المنظمة للوثائق.

الخطوة الثانية: مراجعة ما حصل عليه من معلومات واستكمالها وتدقيقها وتوثيقها والكشف عن أية متناقضات وفحص الوثائق والمستندات داخليا وخارجيا للتأكد من صحتها وأنها غير مزورة أو مدسوسة أو ملفقة.

الخطوة الثالثة: تبويب المادة وتصنيفها وتحليلها ومحاولة تفسير معناها.

الخطوة الرابعة: التأكد من صحة الموقف القانونى، وأن هذه المادة والوثائق التى حصل عليها الصحفى يمكن الاستناد إليها قانونا ، ومن ثم لا يعرض الصحفى نفسه أو صحيفته للمساءلة القانونية.

رابعا - بداية النشر:

وذلك وفقا للجدول الزمنى المخطط والمحدد فيه عدد المواد الصحفية التى ستنشر ودورية هذا النشر واتجاه كثافة النشر (هل هناك تصعيد من البداية أم تصاعد تدريجى..) وأشكالها الصحفية (إخبارية، مقالات، أعمدة رأى، تحقيقات، حوارات، رسوم كاريكاتورية، رسائل القراء..) وموعد نشر كل مادة.

وقد تبدأ الحملة بخبر أو مقال افتتاحى أو مقال لرئيس التحرير أو موضوع صحفى يتحدث عن بداية الحملة وأهدافها.

خامسا - التقويم المرحلى:

بعد مرور فترة معينة على بداية الحملة يتم إجراء تقويم مرحلى لها لتحديد ما تم الوصول إليه، وكيفية تفعيل الحملة لتحقيق أغراضها.

ونشير هنا إلى أن رسائل القراء قد تزود فريق العمل المكلف بالحملة بزوايا جديدة أو معلومات وأدلة جديدة أو تكشف بعض الوقائع والأحداث.

سادسا - استمرار النشر:

بناء على التقويم المرحلى يتم اتخاذ القرار بالاستمرار فى الحملة كما هو مخطط لها أو إدخال بعض التعديلات أو عدم الاستمرار والتوقف لفترة معينة لإعادة ترتيب الأوراق والحصول على مزيد من المستندات والوثائق الجديدة أو إعطاء متخذ القرار فرصة مناسبة لاتخاذ إجراءات خاصة بأهداف الحملة.

سابعا - متابعة النشر.

ثامنا - ختام الحملة:

وقد يكون ذلك من خلال مقال افتتاحى أو مقال لرئيس التحرير يلخص ما حققته الحملة وما توصلت إليه وما نجحت فى تحقيقه من أهداف قياسا لما كانت تستهدفه فعلا ، وقد يكون فى شكل حوار أو ندوة صحفية مع مسئول كبير أو عدة مسئولين تنتهى بقرارات أو إجراءات معينة فى إطار أهداف الحملة.

تاسعاً- التقويم النهائى وقياس مدى فاعلية الحملة وما حققته وما لم تحققه من أهدافها:

وذلك بناء على ما يلى:

- ردود أفعال الأطراف.
- استجابات المسئولين.
- ردود أفعال القراء ومشاركتهم فى الحملة.

ومن المهم هنا أن تشعر الصحيفة قراءها بمسئوليتهم عن مقاومة الفساد الذى يهدد المجتمع ولذلك تتصدى له الحملة، وارتباط ذلك بمصالحهم بشكل مباشر أو غير مباشر؛ فحين يشعر القارئ بذلك سيزداد إحساسه بأهمية مشاركته الفاعلة بما قد يدعم هذه الحملة من آراء ووجهات نظر مؤيدة أو معارضة.

- مدى تجاوب الصحف الأخرى ووسائل الإعلام مع هذه الحملة والمشاركة فى تبنيها.

ويرتبط بدء نشر الحملة والاستمرار فى ذلك بتكوين خصوم للصحيفة وفريق العمل المكلف بالحملة، وغضب من المستهدفين بهذه الحملة وقد يثير هذا أيضا بعض المعلنين ويؤدى إلى إقامة دعاوى قضائية ضد الصحيفة أو الصحفى قد تضر بالمصالح الشخصية للبعض.

ويؤثر على فاعلية الحملة ونجاحها عوامل عدة؛ منها:

- ضغوط القوانين المقيدة للنشر وحالات الحظر.
- الضغوط الخاصة بصعوبات الحصول على المعلومات وحجب بعضها مما قد يؤدى إلى فشل الصحفى فى الحصول على معلومات مؤكدة وموثقة.

- المصادرة المتتالية لأعداد الصحيفة التى تنشر بها حلقات الحملة، أو تعطيلها، وقد يصل الأمر إلى إلغائها نهائيا .

والواقع أنه ليست كل الحملات تنجح وتحقق أهدافها، ففى بعض الحالات قد تؤدى بعض الحملات إلى انخفاض توزيع الصحيفة وكذلك هبوط المساحة الإعلانية، كما قد تصبح هذه الصحيفة أو تلك عرضة للمقاطعة، كما قد تؤدى إلى أن يفقد الصحفى الذى قادها أو قام بها وظيفته، بل وقد تقوده إلى السجن، فكشف الأسرار والفضائح والأخطاء ليس سهلاً أو مفروشاً بالزهور عادة.

فهناك كما سبق الإشارة الكثير من المعوقات بعضها يتصل بالقيود القانونية والصعوبات الخاصة بالحصول على المعلومات من مصادرها وإجراءات حظر النشر واحتمالات الاتهام بالقذف والضغط على الصحفى لإفشاء سرية مصادره (سر المهنة) وغير ذلك، وبعضها يتصل باعتبارات اجتماعية واقتصادية خاصة فيما يتعلق بإعلانات الصحيفة وضغوط المعلنين.

غير أن هذا لا يمنع من توفر مجموعة من العوامل قد تساعد فى نجاح الحملة وتحقيقها لأهدافها منها:

١- أن تكون الحملة محددة لتصل إلى النتائج المطلوبة.

٢- الدقة وعدم الخطأ فى الوقائع والحكم عليها وعدم نشر أكاذيب على أنها حقائق أو القيام بتزوير مستندات ونسبتها إلى أشخاص بذاتهم، وإذا كان الصحفى يشك فى بعض المعلومات فلا يجب أن يحمل الصحيفة مسئولية الدفاع عن هذه المعلومات المشكوك فى صحتها، فالتأكد من صحة المعلومات ضرورة، إلى جانب ضرورة عدم وجود تناقض بين الوقائع.

٣- اختيار الوقت المناسب لنشر الحملة مراعيا الظروف العامة للمجتمع سياسيا واجتماعيا واقتصاديا ، والظروف الخاصة بالصحيفة نفسها.

٤- أن تكون الصحيفة مساندة لهذه الحملة وفريق العمل أو المحرر المكلف بها مساندة كاملة وتقدم له الدعم الكامل ماديا وأدبيا ، خاصة وأن المحررين الذين يقومون ببعض هذه الحملات قد يتعرضون دائما لخطر شخصى.

٥- نجاح الحملة فى استقصاب الصحف ووسائل الإعلام الأخرى وجعلها - رغم أنها تعد صحفا منافسة - تشارك فى دعم هذه الحملة.

٦- أن يتم مراجعة وثائق الحملة ومستنداتها من جانب المستشار القانونى أو الإدارة القانونية بالصحيفة بحيث توقن الصحيفة أنها لن تتعرض لمساءلة قانونية، وأنها حتى إذا وصلت الأمور إلى ساحة القضاء فإن موقفها القانونى يكون سليما .

٧- عرض وجهات النظر المختلفة المؤيدة والمعارضة للحملة بطريقة منصفة.

٨- الحملة الصحفية الناجحة هى التى توفق فى تحريك الهيئات المعنية لتظهر أمام الرأى العام وعلى صفحات الصحيفة لترد برأيها حول موضوع الحملة إلى جانب استجابة المسئولين للتدخل بشكل ما لحل المشكلة أو القضية واتخاذ قرار بشأنها.

٩- يجب كتابة الحملة الصحفية بطريقة هادئة ومنضبطة فليس هذا مكانا للمبالغة، وتتضمن مقدمة الحملة أهدافها وأهم النتائج الرئيسية التى توصلت إليها وعدد حلقاتها والمشاركين فيها وتقدم الحلقات المختلفة للحملة التفاصيل على أن يتضمن الموضوع الأخير من الحملة التوصيات والاقتراحات.

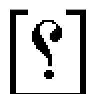
ملخص الوحدة الخامسة

تناولت هذه الوحدة الأشكال الصحفية التفسيرية والاستقصائية حيث ناقشت الحديث الصحفى Interview: مفهومه وأهدافه وخطوات إعداده من حيث اختيار الشخصية وجمع المادة الخلفية حول موضوعه، والسيرة الشخصية للتحدث معه، وتحديد الأسئلة وإعدادها، والاستعداد لإجراء الحديث وإدارته والعوامل المؤثرة فى نجاحه، ثم إجراءه والأمور التى ينبغى مراعاتها أثناء طرح الأسئلة، وأخيراً خطوات تحرير الحديث وصيغ ذلك.

وناقشت الوحدة أيضاً التحقيق الصحفى: مفهومه وأنواعه، الفكرة التى تصلح تحقيقا صحفيا ، مراحل إعداد التحقيق الصحفى (التخطيط، جمع المعلومات وتحليلها، تحرير التحقيق ومراجعته) قوالب التحقيق الصحفى.

كما عرضت الوحدة لموضوع المعالم Feature، والاتجاهات المختلفة فى تعريفه، والجوانب التى يتسم بها الموضوع الصحفى أو موضوع المعالم (الإبداعية، الذاتية، التأثير الإعلامى، الإقناع، الدوام، الإيقاع الأسلوب التحريرى).

وأخيراً، عرضت الوحدة للحملة الصحفية Crussade من حيث مفهومها وأهدافها وأنواعها وخطوات إجراء الحملة الصحفية المخططة (تحديد موضوع الحملة، التخطيط لإجرائها، تنفيذ الحملة، بداية النشر، التقويم المرحلى، استمرار النشر، متابعة النشر، ختام الحملة، التقويم النهائى)، وانتهت الوحدة بالإشارة إلى أهم المعوقات التى قد تحول دون تحقيق الحملة لأهدافها، وأيضا أهم العوامل التى قد تساعد فى نجاحها.



أسئلة على الوحدة الخامسة

س١ قارن بين المفاهيم التالية:

- الحملة الصحفية، التحقيق الصحفى.
- مقدمة الحوار والمقدمة الاقتباسية.
- المصادر البشرية والمصادر غير البشرية للحملة.
- قالب الاعتراف وقالب القصة كقالبين من قوالب التحقيق الصحفى.
- اتجاه اعتبار الموضوع الصحفى أو موضوع المعالم موضوعا خبريا والاتجاه الآخر الذى يعتبره شكلا غير إخبارى.

س٢ أكمل:

* يراعى عند صياغة أسئلة الحديث الصحفى:

- ....
- ....
- ....
- ....

* من شروط العنوان الجيد.

- ....
- ....
- ....
- ....

* يمكن تقسيم التحقيق العام العام إلى عدة أنواعها هى:

- ....
- ....
- ....
- ....

ومن مصادر الفكرة التى تصلح تحقيقا :

- ....
- ....
- ....
- ....

* تتعدد وتتنوع أهداف الحملة الصحفية منها:

- ....
- ....
- ....
- ....

وقد يكون المستهدف منها:

- ....

أو - ....

أو - ....

* يتسم الموضوع الصحفى أو موضوع المعالم بالجوانب التالية:

- ....
- ....
- ....
- ....

س٣ حدد المقصود بالمصطلحات التالية:

- المنقبون عن الفساد.
- موضوع المعالم.
- المقدمة القنبلة.
- التحقيق المشوق.
- شعار الحملة الصحفية.

أنشطة يقوم بها الدارس

١- أمامك عدة موضوعات والمطلوب منك اختيار أحدها لتجرى حوله حديثا صحفياً محدداً:

- الشخصية أو الشخصيات التى تختارها لهذا الحديث ومبررات اختيارها.

- الخطوات التمهيدية المطلوب إجراؤها قبل تنفيذ الحديث.
- اقترح الأسئلة التى ستوجهها لهذه الشخصية.
- اكتب مقدمة وعناوين رئيسية افتراضية لهذا الحديث والموضوعات هى:
  (أ) تطوير التعليم.
  (ب) البطالة.
  (جـ) المشكلة السكانية.
  (د) حالة مراكز الشباب.

٢- تابع التحقيقات الصحفية المنشورة خلال أسبوع فى الصحيفة التى تقرأها باستمرار وقيِّمها من حيث:

- أنواع التحقيقات الصحفية المنشورة بها.
- نوعية الموضوعات التى تتناولها هذه التحقيقات مقيما أفكارها فى ضوء شروط فكرة التحقيق الصحفى الجيدة.
- مدى مراعاتها للأسس العلمية لإجراء التحقيق الصحفى.
- أنواع المقدمات والعناوين بهذه التحقيقات.

- اختر أحد هذه التحقيقات وأعد صياغته فى ضوء ما تعلمته من أسس علمية لكتابة وتحرير صحفى شائق وجذاب.

- اختر أحد هذه التحقيقات مقترحاً كيف يمكن أن تتناوله فى شكل موضوع معالم Feature مستعرضاً الخطوات التى ستتبعها.

٣- حاول أن ترجع إلى أرشيف إحدى الصحف واختر إحدى الحملات الصحفية الناجحة التى نظمتها هذه الصحيفة، وحلل عناصر نجاح هذه الحملة من حيث:

- موضوعها.
- أهدافها.
- أساليب حصولها على المعلومات.
- فريق العمل ومدى مشاركة وتضافر الجهاز التحريرى للصحيفة للإسهام فى نجاحها.
- الفنون الصحفية المستخدمة.
- ما حققته الحملة وما لم تحققه.

٤- من خلال معايشتك للواقع الراهن، اختر موضوعا ترى أنه يستحق أن يكون مجالا لحملة صحفية ناجحة، وضع خطة إجراء هذه الحملة مقترحا الصحيفة التى ترى أن تنشر بها من حيث:

- الأهداف.
- المحاور.
- فريق العمل المقترح.
- الأشكال الصحفية المقترح استخدامها.
- شعار الحملة.
- الجدول الزمنى للنشر.

- نقطة البداية المثلى.
- أساليب التقويم.

مراجع للاستزادة حول موضوع الوحدة الخامسة

(١) جمال عبد العظيم - ***الحملات الصحفية فى الصحف المصرية الأسبوعية فى الفترة من ١٩٧٨ إلى ١٩٨٤*** ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام- جامعة القاهرة، ١٩٩٤، ص ص٢٣-١٢٨.

(٢) فاروق أبو زيد، ***فن الكتابة الصحفية***، ط٣، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٨٥.

(٣) جون هو هنبرج، ***الصحفى المحترف*** (ترجمة كمال عبد الرؤوف) ط ٥، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٠، ص ص٦٦٩-٦٩٥.

(٤) جلال الدين الحمامصى، ***من الخبر إلى الموضوع الصحفى***، القاهرة، دار المعارف، ص١٩.

(٥) جلال الدين الحمامصى، ***الصحيفة المثالية***، القاهرة، دار المعارف، ١٩٧٢، ص ص١٤٦-١٥٠.

(٦) السيد سلامة، ***الحملات الصحفية بين سلطة الدولة وسلطة رئيس التحرير***، القاهرة، الدار البيضاء للطباعة والنشر، ١٩٩١.

(٧) اسما حافظ ، ***نظرية الحملة الصحفية***، القاهرة، مطابع سجل العرب، ١٩٨٩.

(٨) ليلى عبد المجيد ومحمود علم الدين: ***فن التحرير الصحفى المفاهيم والأدوات***، القاهرة: د.ن، ١٩٩٦.

(٩) ليلى عبد المجيد ومحمود علم الدين: **فن التحرير الصحفى - للجرائد والمجلات**، القاهرة: دار السحاب، ٢٠٠٤.

(١٠) محمود أدهم: ***الأسس الفنية للتحرير الصحفى العام***، القاهرة: د. ن، ١٩٨٤.

(١١) عبد اللطيف حمزة: ***المدخل إلى فن التحرير الصحفى***، القاهرة: دار الفكر العربى، ط ٤، د. ت.

(١٢) إبراهيم إمام، ***دراسات فى الفن الصحفى***، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ١٩٧٢.

(13) Paul N. Williams, ***Investigative Reporting and Editing***, New Jersy, Prentice Hall, Inc., 1978.

(14) Judith Bolch and Kay Miller, ***Investigative and In-depth Reporting***, New York, Hosting House, Publishers, 1978.

(15) Clark R. Mollenhoff, ***Investigative Reporting from Court House to White House*** , New York, MacMillan Publishing Co., Inc., 1981.

(16) Siles Bent, ***News Paper Crussaders***, A neglected Story, New York, GreenWood Publishers, 1970.

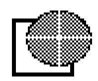
(17) Williams J. Paisley, ***Public Communication Campaigns***, The American Experience, California Sage Publication, Inc., 1981.

(18) Bogart, Leo: "***Social Sciences in the Media***", In: Fredrick T.C.C (ed) "Behavioural Sciences and The Mass Media", Russel Sage, New York, 2ed Edition, 1972, pp. 112-114.

(19) Bogart, Leo and Klare, William L.: "***Mass Media Scientific Research***: Major Issues, Similarities and Differences: In Karl Sand: "Newspaper of the Seventies", A report to the ANPA National Readership Project, 1971.

(20) Mac Dougal, Curtis: "***Interpretative Reporting***", 8th edition, Macmillan Publishing Co., New York, London, 1982.

(21) Weinberg, Steve: "***Plugged in Journalism: Investigative Reporting and Computers***", Columbia Journalism Review, November and December 1982.



الوحدة السادسة

أشكال مواد الرأى

الأهداف:

بعد دراسة هذه الوحدة، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن:

١- يشرح الخصائص المميزة لكل شكل من أشكال مواد الرأى.

٢- يميز بين أشكال مواد الرأى المختلفة.

٣- يقيم ما تقدمه الصحف من أشكال مواد الرأى فى ضوء الأسس العلمية التى درست.

٤- يحرر المقال الصحفى بأشكاله المختلفة وفقا لما درسه.

العناصر:

٦/١ صفحة الرأى وخصائصها .

٦/٢ أنواع المقال الصحفى .

٦/٣ خطوات تحرير المقال الصحفى .

٦/٤ الكاريكاتير.

٦/٥ رسائل القراء .

٦/٦ ملخص .

٦/٧ أسئلة.

٦/٨ أنشطة .

٦/٩ مراجع .

الوحدة السادسة

أشكال مواد الرأى

تعتبر الأشكال الصحفية التى تقدم من خلالها مواد الرأى إحدى وسائل الصحيفة للتأثير على قرائها، وفى التعبير عن وجهة نظرها تجاه القضايا المختلفة، وإتاحة الفرصة للقراء العاديين وكبار الكتاب والمحررين والمتخصصين لعرض آرائهم العامة أو التى تتعلق بقضايا عالجتها الصحيفة.

وقد ترى الصحيفة أن تجمع كل مواد الرأى فى صفحة تخصصها لهذا الغرض يطلق عليها صفحة الرأى Editorial Page، وقد تفضل صحفا أخرى أن توزع هذه المواد على صفحات الجريدة المختلفة، فى حين قد تجمع نسبة كبيرة من الصحف بين الأسلوبين إذ تخصص صفحة للرأى وتنشر بعض المقالات وأعمدة الرأى على صفحات أخرى مثلما تفعل جريدة الأهرام مثلاً .

صفحة الرأى:

تعد صفحة الرأى Editorial Page من الصفحات المهمة فى الصحيفة إذ أنها توفر وقت القارئ بما تقدمه له من معلومات وخلفيات عن الأخبار والأحداث الجارية، وما تتيحه من حقائق مركزة مما يسهل على القارئ أن يزن قيمة الأخبار بمقاييس حكم دقيقة.

كما أن هذه الصفحة تسهم فى تحديد أجندة اهتمامات القارئ من خلال جذب انتباهه لأهم الأحداث وأكثرها دلالة، كما أنها تساعد فى تجنيبه التشويش الذى قد يتعرض له نتيجة فيض الأنباء التى تقدمها له وسائل الاتصال المختلفة، والتى قد يعجز عن الربط بينها وفهم مدلولاتها ليصل إلى تكوين صورة كاملة للأحداث.

ويتعود القارئ من خلال صفحة الرأى على التفكير فيما تعنيه الأنباء، وليس من الضرورى - بل إنه من غير الطبيعى - أن يوافق كل قارئ على ما جاء بإحدى

وتقوم هذه الصفحة بتقديم خدمة عامة للقراء من خلال ما قد تنظمه من حملات للدفاع عن مصالح الناس والتعبير عن مطالبهم، وتفتح لهم المجال ليعبروا عن آرائهم.

وتسهم هذه الصفحة فى تنمية دور المواطنين ومشاركتهم فى صنع القرار فى مجتمعاتهم.

فضلاً عن أن صفحة الرأى تعبر عن شخصية الصحيفة وآرائها ومواقفها من الأحداث، وقد يرفض بعض القراء بعض هذه الآراء أو المواقف ولكنهم يحترمون الصحيفة التى لها مواقف تدافع عنها بشجاعة.

وحتى تؤدى صفحة الرأى مهامها بكفاءة، من المهم أن تتسم بالخصائص التالية :

١- أن توفر إمكانية التعبير عن الرأى بحرية وإدارة الحوار بين المواطنين، وتفتح صفحاتها لكل الآراء بعيداً عن التعصب، ولمختلف وجهات النظر والتيارات السياسية دون استبعاد أى تيار من فرصة مناقشة المسائل المختلفة.

٢- أن تقدم الحقائق بأمانة ودقة وتسعى للوصول إلى نتائج موضوعية من استقراء هذه الحقائق، بحيث يراجع الكاتب ما يصل إليه من نتائج فى ضوء المعلومات التى استطاع الحصول عليها.

٣- أن تستند مقالات الرأى إلى حصيلة الدراسات العلمية المختلفة التى تتناول مشكلات الواقع وقضاياه بتعمق، وتجيب على أسئلة القراء المهمة وتشرح لهم حقائق الأمور بقدر ما تستطيع .

٤- ألا يكون دافع كتابة مقال معين مصلحة شخصية أو سعى الكاتب للحصول على منفعة ذاتية له أو لبعض معارفه.

٥- أن يكون هناك تخطيط مدروس لإثارة مناقشات حول بعض القضايا الرئيسية، إذ لا تكتفى الصفحة فقط - وفى كل الأحوال - بما يصل إليها من مقالات، بل لا بد أن تتحرك وتستكتب بعض الكتاب والمتخصصين.

٦- أن تتنوع الصفحة شكلا ومضموناً بحيث يتحقق التوازن بين الموضوعات التى تعالج قضايا محلية وقومية ودولية من ناحية، وبين الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها من الموضوعات من ناحية ثانية وبين المقالات التى تستهدف التفسير والتى تسعى إلى الدفاع عن فكرة معينة وغير ذلك من ناحية ثالثة.

٧- أن تستعين بكتاب لديهم القدرة على التحليل الكفء، على أن يكون جهاز تحريرها من المحررين الذين يمثلون وجهات نظر متعددة لإضفاء حيوية على الصفحة ويتصفون بسعة الأفق والاطلاع والثقافة الواسعة وإجادة عدة لغات أجنبية.

٨- أن يدرك كاتب مقالات الرأى أنه ليس معصومًا من الخطأ، لذلك لابد أن يهتم بما يقوله أولئك الذين قد يختلفون معه فى الرأى، على أن تكون لديه الشجاعة فى الوقت نفسه للتعبير عن معتقداته وفلسفته فى الحياة ويرفض قبول مبدأ أن يكتب ما يناقض أو يتعارض مع هذه المعتقدات.

وينصح بعض العلماء كاتب الرأى أن يتوقف عن أداء دور المحامى ويحرص على أن يكون معلما .

٩- أن تساير الصفحة الاتجاهات المعاصرة فى التفسير؛ وذلك من خلال مراعاة العناصر التى قد تبدو غير مترابطة والبحث عن الاتجاهات التى قد تكون غير واضحة وكذلك الاتجاه نحو التخصص، ونحو

وإذا كان من الضرورى أن تكون هناك مجموعة من المبادئ العامة التى تدافع عنها الصفحة ولا يجوز أن تناقضها باختلاف الموضوعات التى تناقشها إلا أنها لا ينبغى أن تتجمد أمام هذه المبادئ، بل يمكنها أن تغيرها أو تطورها وتعدل فيها إذا كشفت لها الحقائق والظروف أنها لم تكن على صواب فى تمسكها بمثل هذه المبادئ.

أشكال مواد الرأى:

يعد المقال أحد الأشكال الصحفية التى تستخدم فى التعبير عن رأى أو فكرة أو قضية، مشكلا أساسا قويا فى تشكيل اتجاهات الرأى العام نحو القضايا التى تطرحها الصحيفة بما يقدمه من تفسير وشرح وتحليل، وما يهدف إليه من محاولة الإقناع.

وهناك تعريفات متعددة للمقال، منها تعريف ولدروب Waldrop بأنه: مادة فى جريدة أو مجلة يقدم وجهات نظر محرريها أو غيرهم من الشخصيات ويعكس ضمير الجريدة وشجاعتها واعتقاداتها.

ويقدم أديب مروة تعريفاً آخر إذ يرى أن المقال: مجرد عرض أو تحليل لفكرة معينة يتلقفها الكاتب من بيئته فيعبر عنها بأسلوب سهل قريب إلى الأذهان دون حاجة إلى التمحيص أو التعمق، بل يوشك أن يكون حديثا سلسا عاديا مختصرا بين الكاتب وقرائه يشترط فيه الابتكار والتجدد والسرعة.

أما د. عبد اللطيف حمزة فيأخذ تعريفا إنجليزيا للمقال على أنه Essay أى شىء غير مكتمل يشبه المذكرات الخاصة والخواطر المتناثرة، وعلى القارئ تكميل ما به من نقص، ويرى د. إبراهيم إمام أن كلمة مقال تعنى: محاولة أو خبرة أو تطبيقًا مبدئيا أو تجربة أولية، فالمقال محاولة لاختبار فكرة من الأفكار

بينما يرى رشدى صالح أن المقال: جنس من أجناس المادة التى تطرحها الجريدة لتغطية تساؤلات واهتمامات ذات صفة حالية مرتبطة بالأحداث المهمة والمشكلات والقضايا الجارية بالفعل فى حياة قرائها أو تلك التى يمكن أن تجرى فى حياتهم فى المستقبل القريب.

وفى رأينا أن المقال لم يعد - كما أشارت إلى ذلك بعض التعريفات - شيئا لم يكتمل أو تجربة أولية، لا يحتاج إلى تمحيص أو تعمق، فذلك هو ما يمكن أن ندرجه تحت نوع واحد من المقالات هو المقال الأدبى أو مقال الاعترافات والخواطر، وكذلك مقال اليوميات، أما أنواع المقال الأخرى فقد أصبحت الآن أقرب إلى البحث العلمى أو الدراسة تحلل حدثا من الأحداث أو قضية من القضايا بهدف تفسيرها أو الوصول إلى ما وراءها، ويحتاج من كاتبه إلى جهد فى جمع مادته، والقارئ المعاصر لم يعد يهتم كثيرا بقراءة المقالات الإنشائية الأقرب إلى المذكرات الخاصة أو الخواطر وما يميز المقال عن البحث العلمى هو الأسلوب الذى يصاغ به المقال والذى لا بد أن يكون بسيطا ليستطيع القارئ العادى ذو الثقافة المتوسطة فهمه، ولا يستخدم المصطلحات غير المفهومة أو التعبيرات والتركيبات المعقدة.

وفى حدود التطورات الراهنة فى صناعة الصحافة، ومتطلباتها المهنية ووظائفها واحتياجاتها ومنافستها للوسائل الأخرى، يمكن القول : إن المقال كشكل صحفى له دوره المميز ووظائفه المحددة داخل الصحيفة كأحد أشكال مادة الرأى إلى جانب رسائل القراء والرسوم الساخرة، ووفقا لبعض تعريفات المقال مثل تعريف قاموس أكسفورد للمقال بأنه إنشاء كتابى معتدل الطول فى موضوع ما، وهو دائما ينقصه الصقل، مما يجعله يبدو أحيانا غير مفهوم أو منظم، لابد أن تخرج من دائرة المقال الصحفى كتابات مثل

فقد أصبح المقال الآن من حيث المضمون وكذلك من حيث أسلوب المعالجات شكلا صحفيا هو الأقرب إلى البحث أو الدراسة العلمية التى تحلل حدثا أو ظاهرة أو قضية أو فكرة بهدف عرضها أو تفسيرها أو الإقناع بها أو تحليلها إلى أبعادها المختلفة، أو النقد المتكامل لأركانها، أو البحث فى خلفياتها وجذورها ودوافعها، وكذلك استشراف المستقبل، والبحث أو الدراسة العلمية التى تعتمد على المعلومات الدقيقة الموثقة أولا وأخيرا ، وعلى التفكير أو المنهج العلمى فى وضع خطة البحث وفى جمع المعلومات وتحليلها والوصول إلى خلاصات منها.

لذا، يحتاج إعداد المقال الآن إلى بذل جهد فى جمع مادته: وقد يكون جهدا مكتبياً من خلال مركز أو قسم المعلومات الصحفية داخل الجريدة، أو جهدا ميدانياً أحياناً من خلال الاتصال بالمصادر الحية، بل قد يفوق الجهد المبذول فى إعداد المادة الإخبارية أو المادة التفسيرية والاستقصائية (الأحاديث والتحقيقات)، حيث يتطلب المقال الناجح والمقنع أن يكون مبنياً على المعلومات الموثقة والبيانات الدقيقة إلى جانب الصور الفوتوغرافية والرسوم اليدوية- توضيحية كانت أم تعبيرية- التى تزيد من وضوح جوهر المضمون وتعمقه.

أنواع المقال الصحفى:

هناك تقسيمات عديدة للمقال الصحفى بعضها يعتمد على المضمون فى تقسيمه والبعض الآخر على الشكل، والبعض على الوظيفة، ونعرض هنا لتصنيف جديد للمقال الصحفى يمزج بين التقسيمات المختلفة للمقال :

١- المقال الافتتاحى Editorial :

وهو مقال ثابت يظهر يومياً أو حسب دورية صدور الصحيفة - تعلق فيه الصحيفة على الأحداث وتفسرها وتشرحها وتقدم من خلالها وجهة نظرها ويوقع باسمها وقد تنشره الجريدة فى صفحة الرأى Editorial Page وأحيانا فى الصفحة الأولى، أو صفحة داخلية حسب تبويب الصحيفة، وتعبر فيه الصحيفة عن آرائها ومواقفها من قضية راهنة، أو مادة نشرتها أو تنشرها الصحيفة أو صحف أخرى، أو موقف أو حدث أو قضية مثارة، وينطق بلسان الجريدة، وترجع أهمية هذا النوع من المقالات إلى أنه يعكس موقف الجريدة وتوجهها التحريرى، وانحيازها تجاه قضية من القضايا ورؤيتها لتداعيات الأحداث.

أى إنه يمكن القول: إن المقال الافتتاحى هو: "تعبير موضوعى عن رأى الصحيفة تدعمه الحقائق والأدلة والإحصائيات فى أهم أحداث اليوم التى تمس مصالح أكبر عدد من القراء وتثير اهتمامهم وتدفعهم إلى العمل على تنمية المجتمع وترقيته".

وإذا كانت الوظيفة الأساسية للمقال الافتتاحى هى طرح وجهة نظر الصحيفة فى الأحداث والقضايا والمسائل المثارة فى المجتمع ومحاولة إقناع القارئ بها، إلا أن الافتتاحية لها وظائف أخرى منها الإسهام فى تكوين أجندة اهتمام الرأى العام، التنبيه إلى وجود خلل ما أو الكشف عن فساد أو انحراف فى أى قطاع من قطاعات المجتمع ومؤسساته، تنوير القراء والربط بين الأحداث المنفصلة ووضعها فى سياقها العام، تدعيم ومساندة سياسة معينة أو قرار بعينه.

وقد يقوم بكتابة المقال الافتتاحى الناشر (أو رئيس مجلس الإدارة)، أو رئيس التحرير بنفسه، أو يوحى بفكرتها إلى محرر يقوم بكتابتها، وهذا ما كان يفعله كبار رجال الصحافة الأمريكية أمثال: جيمس جوردون بينيت، هوراس جريلى، جوزيف بوليترز، وليام راندولف هيرست، وهذا الأخير هيرست كان يمثل نمط الصحافة الشخصية بمحافظته وحرصه على الاتصال التليفونى بإمبراطوريته

وهناك تيار حديث اليوم، يحاول أن يطور من العملية من خلال نظام يطلق عليه مجلس الافتتاحيات Editorial board لإنتاج مقالات افتتاحية أكثر مقروئية وفعالية، ويضم هذا المجلس ممثلين لجهاز التحرير، الناشر أو من ينوب عنه، رئيس التحرير، محرر صفحة الرأى، محرر أو أكثر يمثلون وجهات نظر متباينة، فجريدة مثل Los AnglesTimes لها مجلس للافتتاحيات: يضم الناشر ورئيس التحرير ومساعد رئيس التحرير وطاقم كتاب الرأى، وممثلين عن أقسام الجريدة المختلفة، كالسياسة الخارجية مثلا والمحليات ويعمل كمجلس فكر تنبع من مناقشاته ومداولاته افتتاحيات الجريدة.

وتتخذ فيه القرارات التى تحدد سياسات التحرير والمقالات الافتتاحية المعبرة عنها وأحيانا يلجؤون إلى التصويت لحسم الخلافات التى قد تنشأ بينهم حول قرار يتعلق بموضوع أو صياغة افتتاحية معينة.

وبعد أن يتم إقرار موضوع الافتتاحية، يعهد بكتابتها إلى أحد أعضاء هذا المجلس ويتم هذا دوريا ، وبعد أن يكتب عضو مجلس الافتتاحية المسودة الأولى للافتتاحيات يكون لكل الأعضاء فرصة قراءتها والتعليق عليها، ويتم بعد ذلك تحرير النص النهائى، ويتيح وجود محررين من ممثلى الأقسام المختلفة والتخصصات المتنوعة فرصة للتزود بوجهات نظر مفيدة.

وهناك مدخل ثالث لكتابة المقالات الافتتاحية، يقوم على تعيين محرر مسئول لصفحة الرأى Editorial Writer، يختص بمسئولية المقال الافتتاحى تحت توجيه رئيس التحرير أو الناشر، ويقوم بكتابتها بنفسه أو تكليف من يراه من المحررين المتخصصين فى موضوع الافتتاحية ثم يقوم بمراجعتها وصياغتها وعرضها على رئيس التحرير أو المحرر المسئول.

أنواع المقال الافتتاحى:

هناك تصنيف للمقال الافتتاحي أشار إليه شيلتون بوش فى كتابه "كتابة الافتتاحية والتفكير فيها" حيث ينقسم فى رأيه وفقا للهدف إلى:

١- **المقال الافتتاحي الشارح**: وهو الذى يفسر الأخبار أو الأحداث ويجلى أبعادها ويفترض فيه أن يلتزم بالموضوعية فلا يتبنى آراء مسبقة وإنما تقتصر مهمته على شرح الأخبار فقط.

٢- **المقال الافتتاحي النزالى**: وهو المقال الذى ينطلق من آراء مسبقة يريد كاتب المقال أن يحمل القارئ على اعتناقها مستخدما أسلوب النزاليات الذى يحتمل شجب الآراء المخالفة وفقا لذلك المنطق الخطابى.

٣- **المقال الافتتاحي المتنبئ**: وهو الذى يقوم بما يشبه عملية استكشاف للنتائج المتوقعة والتى يمكن حدوثها فى المستقبل وبناء على معرفة كاتب المقال بحقائق ما حدث وإدراكه لطبيعة القوى التى تحكمه فإنه قد يتنبأ بأحداث وامتدادات تتم فى المستقبل ومثل هذا المقال تنشره الصحيفة متى كانت واثقة من معلوماتها وقدرتها على فحص الأحداث والاتجاهات التى تسفر عنها الأيام وتشكل المقالات الافتتاحية العنصر أو المكون الرئيسى لصفحة الرأى وإضافة إلى مكونات أخرى سنعرض لها بالتفصيل فيما بعد، وهى لا تحمل توقيع محرر أو كاتب بل اسم الجريدة (أو المجلة)، وعادة ما يكون لها عنوان ثابت (كلمة اليوم) (رأى الأهرام)، وموقع ثابت ومساحة شبه ثابتة، وقد يكون مقالة واحدة تعالج موضوعا واحدا ، أو عدة مقالات (اثنين أو ثلاثة) تعالج أكثر من موضوع، كما قد يتضمن اقتباسات مختصرة من افتتاحيات بعض الصحف الأخرى المحلية والدولية كخدمة إضافية للقارئ.

ويختلف شكل الافتتاحية فى المجلة - أحياناً - عن هذا النمط ليأخذ أشكالا متعددة منها :

١- التعليق على حدث أو قضية.

٢- حوار بين المحرر والقراء.

٣- تقديم لموضوع صحفى تنشره أو تناقشه المجلة على صفحاتها أو بداية حملة صحفية تخوضها.

٤- تقديم كاتب كبير يبدأ الكتابة فى المجلة لأول مرة.

٥- تعريف القارئ بتغييرات جديدة فى سياسة تحرير المجلة أو فى شكلها، وتبويبها، تصميمها وإخراجها، تحريرها.

٦- مخاطبة القارئ حول خلفية صدور هذا العدد أو ذاك من المجلة، وكأنه يعيش فى مطبخ الصحيفة، ويتعرف على مدى المعاناة والمتاعب التى تواجه الجهاز التحريرى لمجلته من أجل تقديم أفضل خدمة صحفية ممكنة له.

ويتميز المقال الافتتاحى عن غيره من أنواع المقالات بالسمات التالية:

١- أن كاتب المقال الافتتاحى ملزم بالتعبير عن سياسة الصحيفة، بينما كاتب المقال الصحفى التحليلى أو المقال النقدى أو المقال العمودى ليس ملزما بذلك وإن كان لا يستطيع مناقضة الملامح العامة للسياسة التحريرية للصحيفة.

٢- لا يوقع المقال الافتتاحى باسم كاتبه باعتبار أنه يمثل آراء هيئة تحرير الصحيفة كلها وليس محررا بعينه، أما المقالات الصحفية الأخرى فهى تنسب إلى كاتبيها.

٣- للمقال الافتتاحى مكان ثابت فى الصحيفة وعنوان ثابت، كما أنه ينشر بانتظام، ويتفق معه فى ذلك العمود الصحفى فقط (وبعض أنواع المقالات التحليلية لكبار الكتاب التى تنشر بشكل منتظم فى أحد أيام

٤- أن كاتب المقال الافتتاحى ينبغى أن يتسم بالمقدرة على الكتابة الإقناعية Persuasive أكثر من الكتابة الإعلامية Informative.

٢- المقال القائد الموقع Leading Article:

وهو نوعية من المقالات التى يكتبها عادة كبار الكتاب وخاصة رؤساء التحرير وكبار محررى الجريدة، مثل مقالات رؤساء التحرير فى صحف الأهرام أو الأخبار أو الجمهورية، وبعضها له عنوان ثابت مثل (بهدوء) (بصراحة) (الموقف السياسى) وموعد ثابت (أسبوعى، يومى، يومان فى الأسبوع)، أو ينشر فقط فى مواجهة حدث من الأحداث أي أن طبيعة الأحداث هى التى تفرض نشره.

ويطلق على هذا النوع من المقالات - المقالات القائدة الموقعة - والكلام هنا للدكتور محمود أدهم - لأنها تقود أفكار القراء وتدفع بهم إلى الفهم الكامل لما تناولته، أو تقودهم نحو اتجاه فكرى أو سياسى معين، لأن كاتبه - كما يفترض - من قادة الفكر الصحفى فى حدود الجريدة أو المجلة التى تنشر هذا المقال، وهى موقعة لأن اسم كاتبها - وهو هنا اسم رئيس التحرير مثلاً - يذيِّلها بعكس المقالات الافتتاحية.

وهناك أكثر من وظيفة لهذا النوع من المقالات أبرزها:

١- القيام بمهمة المقال الافتتاحى بالنسبة للجرائد والمجلات التى لا تنشر المقالات الافتتاحية والتى درجت على ذلك لأى سبب من الأسباب.

٢- بالنسبة للجرائد والمجلات التى درجت على نشر مقالات افتتاحية يوميا وبانتظام، فإنه يمثل فى أيام نشره دور "المقال الافتتاحى الثانى للصحيفة".

٣- يعطى فرصة للصحيفة لكى تعرض وجهة نظر ثانية أو رأيًا آخر أو موقفًا جديدًا، مما يضاعف من بروز جانب الرأى فى الصحيفة، ويعمل على استقطاب أنظاره وفكر قراء جدد لهم أهميتهم ومسئوليتهم الفكرية.

٤- يقدم لرئيس التحرير فرصة للتعريف برؤيته ونظرته الخاصة إلى الأحداث دون تأثر كامل بسياسة الصحيفة أو خطتها العامة إذ قد يختلف أحيانًا مع هذه السياسة، وقد يكون هذا المقال فى أحيان كثيرة مثلا للربط الدائم بين رئيس التحرير ككاتب، وبين قرائه.. ومن هنا ووسط مشاغل هؤلاء التى قد لا تتيح لهم كتابة أنواع المقالات الأخرى نجد حرص رؤساء التحرير البالغ على كتابته كلما أُتيحت لهم الفرصة لذلك.

٥- وهو يقدم أيضاً لرئيس التحرير فرصة الدفاع عن آرائه، ورد الهجوم الذى يكون قد تعرض إليه من كاتب آخر، أو صحيفة أخرى، أو حزب معين، مع ملاحظة أن هذا الهجوم والرد لا يتناولان الأمور الشخصية، حيث لا يجوز ذلك، وإنما المسائل السياسية واهتمامات الجمهور وحركتها بشكل عام.

وهو يخدم المسار الديمقراطى ويدعمه بما يقدمه من أفكار وما يعرضه من آراء وما يتناوله من أمور، خاصة بالنسبة للصحف فى البلاد النامية، حيث تكون المقالة الافتتاحية فى أغلب الأحوال موجهة، بشرط أن يستخدم رئيس التحرير حقه الكامل فى الإعلان عن أفكاره وآرائه، حيث تصطدم الآراء وتتعارض، وتتألف وتتنوع بما يخدم التجربة الديمقراطية ويدعم حق المواطن فى أن يعرف ما يدور فى مجتمعه.

وبعضها قد يؤدى وظيفة "منطاد الاختبار" أو بالوناته التى تطلق فى الجو، لتؤدى وظيفة قياس مدى استجابة القراء وانعكاساتهم بشأن قرار ينوى المسئولون اتخاذه، أو قانون بصدد إصداره، أو إجراء مهم يفكر المسئولون فيه، ويريدون معرفة وجهة نظر الناس فيه، وواضح أن ذلك يتم بالنسبة لصحف

وقد يكون هدفه التمهيد لحملة صحفية ما تقوم بها الجريدة أو المجلة تأييدا أو دفاعا عن قانون أو قضية أو اتجاه أو هجوما عليها أو على وضع من الأوضاع غير السوية أو على جانب من الجوانب التى تهدد راحة الناس، أو وحدة المجتمع على ألا يقتصر الأمر على التمهيد لأمثال هذه الحملات فقط وإنما المشاركة فيها وربما كتابة مقال الختام بالنسبة لهذه الحملة.

٣- مقال التعليق الصحفى Commentary Article:

وهو شكل من أشكال المقال الصحفى ظهرت الحاجة إليه بعد أن تعقدت الحياة، وتداخلت شئونها وبرزت إلى الوجود بشكل ظاهر قضايا سياسية واقتصادية وإنسانية واجتماعية وعلمية معقدة، متشعبة، إضافة إلى التدفق الهائل للأخبار والمعلومات من كل مصادر الاتصال ووسائله المكتوبة والمسموعة والمرئية والمسموعة المرئية إلى جانب الاتصال الشخصى، وقد أدى ذلك كله إلى إحساس قارئ الصحيفة العادى أو رجل الشارع الممثل للأغلبية القارئة وللقطاع الواسع من الرأى العام بالحيرة وعدم الفهم وبتداخل القضايا.

ومن هنا يرتكز هذا النوع من المقالات على تقديم إجابة شافية عن سبب وقوع حدث ما، والإجابة عن تساؤلات قد تثور فى ذهن القارئ عند قراءته خبرًا ما لعدم وضوح هذا الخبر، أو أحد جوانبه، أو ارتباطه بشخصية غير معروفة عند القراء، أو يعرف عنها القليل من المعلومات، وأدت بعض أعمالها الراهنة إلى تسليط الأضواء عليها.

وقد يكون الخبر المنشور - الذى هو تقرير عن حدث يستحق النشر من وجهة نظر المسئولين عن تحرير الصحيفة - مقدمة لأحداث خطيرة، أو متضمنا فى ثناياه أمورًا مؤثرة على المستوى العالمى، أو على مستوى الأمن الوطنى، أو الحياة الشخصية للفرد: اقتصاديا أو علميا أو صحيا .

وحتى يؤدى الخبر وظيفته الإعلامية وهى تقديم تقرير موضوعى عن الأحداث، بدون تدخل من المحرر، ظهرت الحاجة إلى شكل صحفى يتاح فيه للمحرر الصحفى أن يفسر الحدث ويقدم الخلفيات والتفاصيل ويعلق عليه؛ أى يبين رأيه فيه، وهذا يحقق الأمانة الصحفية وأهم مبادئها وهو الموضوعية.

ويعتمد تحرير مقال التعليق بشكل أساسى على اختيار خبر على درجة كبيرة من الأهمية وساخن للغاية وما يزال فى قمة سخونته، على أن يدرك المحرر المسئول أن هذا الخبر - المهم - تكتنفه ظلال من الشك فى بعض جوانبه أو فيه كله، وإن أحداثه متشابكة ومتلاحمة بحيث يصعب متابعتها، وان له مقدماته وجذوره التى أدت إلى صورته الحالية الساخنة، وأن هناك معلومات أساسية وهامة تزيده وضوحا واكتمالا ولكن المساحة المتاحة خلال هذه الطبعة أو طبعات أخرى لم يكن من الممكن إضافتها إليه.

وتأسيساً على ما سبق نجد أن هذا الخبر يتطلب رأياً لمحرر أو وجهة نظر لكاتب متخصص تفسره وتبرز جوانب الإيجابية والسلبية، من خلال تعليق عليه يبرز أهميته من زوايا جديدة تستقطب مزيدا من القراء له، مع استكمال أبرز المعلومات المتصلة به دون إسراف فى ذلك أو إسهاب، والكشف عما يمكن أن يكون مستترا وراء الخبر من أهداف أو اتجاهات مغرضة خاصة إذا كان الخبر قادما من مصدر صحفى معاد، أو أن له مواقف سابقة تؤخذ عليه.

إذن، فهدف مقال التعليق - الذى لا بد وأن يكتبه محرر خبير ومتخصص - هو إبداء الرأى فى وقائع الخبر وتفصيلاته ونتائجه واحتمالاته وتطوراته الحالية والمستقبلية والحذر فى ذلك واتخاذ جوانب الحيطة بقدر الإمكان خاصة

٤- المقال التحليلى Analytical Article:

وهو أبرز فنون المقال الصحفى وأكثرها تأثيراً على الرأى العام، ويعتمد على اختيار حدث أو قضية أو فكرة أو ظاهرة أو رأى ثم معالجتها صحفيا بالتحليل، والتفسير، والتعليق، والتوقع وأحيانا تقديم رؤية أو حل أو توصيات.

أى إن عناصره الرئيسية هى:

(أ) **تحليل الفكرة أو القضية أو الحدث موضوع المقال،** التى عادة ما تكون جامعة بين الأهمية والسخونة، بمعنى تقسيمها وتصنيفها إلى مجموعة متغيرات أو عناصر أكثر بساطة بهدف سهولة إدراك عناصرها، ووضوح أفكارها.

وكذلك تتضمن عملية التحليل النظر إلى البيانات والمعلومات التى جمعها المحرر الصحفى فى ضوء تساؤلات يطرحها أو فروض يحاول إثبات صحتها، ثم يحاول استخلاص نتائج منها.

(ب) **تفسير الظواهر أو الأحداث أو التداعيات المرتبطة بموضوع المقال:** بمعنى الوصف والتحليل، أى إيجاد العلاقة والارتباط بين الظواهر والأحداث المختلفة، فيبين السبب، أو لماذا وكيف تقع الأحداث.

أو بلغة أخرى يتضمن التفسير البحث عن المعنى الأشمل والأوسع للأحداث فى ضوء متغيرات البيئة التى تدور فيها.

(ج) **التعليق** أو إبداء الرأى فى هذه الظواهر والأحداث والقضايا، أى الحكم عليها سلبا أو إيجابا ، أو بمدى قدرتها على التأثير على غيرها.

(د) **التوقع أو التوصية:** بمعنى استشراف المستقبل أو تخيل سيناريو قادم؛ فالمقال التحليلى هو دراسة علمية لظاهرة أو قضية صيغت بشكل

٥- مقال اليوميات (اليوميات الصحفية) Diary Article:

وهو من أشكال المقال الصحفى المنتشرة فى الصحافة الآن، والتى كانت عنصراً أساسياً فيها فى بداية هذا القرن، ويعتمد على وجود كتاب صحفيين وأدباء بارعين يتميزون بجودة الأسلوب وبثراء التجربة والخبرة الإنسانية، وقد يطلق عليه مقال اليوميات أو اليوميات الصحفية ومن أبرزها فى تاريخ الصحافة المصرية يوميات كل من عباس محمود العقاد، وأحمد الصاوى محمد، وطه حسين، ومحمد زكى عبد القادر، ويوسف إدريس، ويوسف جوهر، ومحمود السعدنى.

وتعرف سلوى الخطيب مقال اليوميات بأنه أحد أشكال المقال الصحفى التى تنشر فى مكان ثابت وتحت عنوان ثابت، وفى موعد ثابت، ويتناول الكاتب خلالها عدة موضوعات، أو موضوعا واحدا يقدم فيه رأيه وخواطره وتجاربه ومشاهداته الخاصة على أن تكون مرتبطة بالقضايا العامة التى تهم أكبر عدد من القراء.

وتنبع أهمية مقال اليوميات من الوظائف التى يؤديها وأبرزها:

١- تفسير الأحداث الجارية وإبداء الرأى فى القضايا المهمة.

٢- إعلام القارئ بما يقع حوله من أحداث محلية وعالمية حيث تقدم له المعلومات والحقائق التى تساعده فى اتخاذ موقف وتكوين رأى تجاه هذه الأحداث.

٣- تقديم التجارب الناجحة للقارئ عن طريق الحوار أو الحديث الشخصى الذى يقدمه كاتب اليوميات متضمنا خبرته فى الحياة.

٤- توجيه القراء إلى المساهمة فى العمليات المتعلقة بالتنمية الاجتماعية أو المشاركة فى نظام سياسى أو اجتماعى معين.

٥- تكوين الرأى العام فى المجتمع والتأثير على اتجاهه بالسلب أو بالإيجاب.

٦- شرح الأعمال الفنية والفكرية والثقافية وتقييمها.

٧- التثقيف عن طريق نشر المعارف الإنسانية.

٨- التسلية والإمتاع بنشر الآراء الساخرة والمعلومات الطريفة.

ويقسم الدكتور محمود أدهم مقال اليوميات إلى الأنواع التالية:

١- مقال الخواطر والتأملات.

٢- المقال فى الاتجاه الدينى.

٣- مقال الاعترافات.

٤- المقال النقدى.

٥- المقال الفكاهى.

٦- المقال القصصى.

٧- مقال الصورة القلمية.

٨- مقال الرحلات.

٩- مقال الغد، مقال المستقبل.

١٠- المقال التاريخى.

١١- المقال المختلط أو المتنوع.

ويتميز مقال اليوميات أو اليوميات الصحفية عن غيره من أشكال المقال الصحفى وباقى أشكال التحرير الصحفى بالخصائص التالية:

١- تعدد الموضوعات التى يتناولها كاتب اليوميات فى مقاله وتنوعها؛ حيث يمكن لكاتب اليوميات أن يتناول قضايا سياسية واجتماعية وثقافية، كما قد يعرض لبعض المشكلات التى تمس حياة الناس، ويقدم رحلاته ومشاهداته وخواطره وتعليقاته على الأحداث الجارية، فاليوميات الصحفية لا تتقيد بالتخصص الموضوعى وإنما تمتاز بالمرونة فى اختيار الموضوعات وطرحها.

٢- تعكس اليوميات شخصية الكاتب وخبرته واهتماماته الخاصة، ففى اليوميات نجد أنفسنا وجهاً لوجه مع الكاتب، ويجوز لنا أن نقبل الأنا، ونتعامل معها ونغفر للكاتب أن تكون الأنا واضحة فيما يكتب، ذلك أن من طبيعة هذا النوع أن يكون قريباً من الاعترافات الذاتية، فالخواطر أو اليوميات هى جنس الكتابة الصحفية، التى تقبل الكثير من مقومات الأدب ذاته.

٣- تقدم اليوميات مذكرات وخواطر وتجارب وانطباعات الكاتب حيث يبدأ كاتب اليوميات فى تناول أمور الحياة من زاوية شخصية، فهو يصل إلى الحديث عن الاهتمامات العامة من خلال عرضه لذكرياته وتجاربه الخاصة، وهو يكتب خواطره وانطباعاته عن الأحداث اليومية، وكما تقول باترسون فى مقدمة كتابها عن (فن المقال الصحفى): إن قراءة المذكرات واليوميات محبوبة لأنها تدور حول قصص وأحداث تعتبر أقرب إلى الواقع منها إلى أى شىء آخر، وقد يعترف الكاتب بأخطائه

٦- المقال العمودى (العمود الصحفى) Column Article:

وهو شكل من أشكال مادة الرأى فى الصحيفة، وأحد أنواع المقال الصحفى فيها، ويقوم بكتابته شخص واحد، أو عدة أشخاص، تحت عنوان ثابت، يحمل توقيعه، فى مكان ثابت، وبشكل دورى يومى أو أسبوعى، ويميل لعرض رأى، أو تجربة، أو خبرة صاحبه.

والعمود الصحفى، أو المقال العمودى فى معظم أشكاله عبارة عن حوار شخصى بين كاتب وقرائه، يعبر من خلاله عن مكنونات نفسه، وذاته، ويبدو صريحاً واقعياً، ذاتياً، يروى من خلاله ذكرياته وخبراته وتجاربه، ويعطى نصائحه، ولا يكتب العمود الصحفى إلا شخص ذو خبرة ومعرفة بفنون الصحافة، وتجربة فى الحياة، أو فى ميدان من ميادين المعرفة الإنسانية.

ويغطى العمود الصحفى مدى متسعا من القضايا، من حيث المضمون فيتدرج من السياسة الدولية والمحلية، إلى الهوايات وتمضية أوقات الفراغ.

وهناك أنواع كثيرة للمقال العمودى أو العمود الصحفى، ولكننا نميل إلى التصنيف التالى الذى يمزج بين الشكل والوظيفة والمضمون، حيث يقسم العمود الصحفى إلى:

- **عمود الشئون العامة Public Affairs:**

وفيه يعلق كاتبه على الأحداث الجارية، ويظهر فيه الطابع الشخصى، وقد يتناول مضمون هذه الأحداث، شكل قصة أو خاطر أو حوار أو عرض لرسائل القراء.

ويتمتع كاتب العمود بقدر كبير من الحرية وقد يختلف مع وجهة نظر الصحيفة نفسها، ويتطلب ضرورة وجود صلة قوية بين الكاتب وقرائه ليعبر بصدق عما يهمهم.

ومن نماذج هذا النوع من الأعمدة فى صحفنا: "من قريب" لسلامة أحمد سلامة، "مجرد رأى" لصلاح منتصر، "خطوط فاصلة" لسمير رجب.

وبعض هذه الأعمدة قد يتنوع كتابها من يوم لآخر مثل: "وجهة نظر" فى جريدة الأهرام، "قضية ورأى" فى جريدة الأخبار، وذلك لإتاحة الفرصة لعدد أكبر من الصحفيين الشبان للتعبير عن وجهات نظرهم.

- عمود الموضوعات الإنسانية Human Interests:

ونعنى بها جميع الموضوعات التى يخاطب بها الكاتب إحساس قارئه، ويؤثر فى مشاعرهم، ويتعامل مع قضايا الإنسان فى كل زمان ومكان مثل السلام، الحب، الحرب، ... إلخ، دون تحديد وقائع معينة أو زمان ومكان معينين.

ويمكن أن يندرج تحته عمود التأمل الذى يتأمل فيه الكاتب أمراً ما حدث أو تغييراً أو صورة من الحياة، كذلك يمكن اعتبار العمود الفلسفى الذى يسبر فيه الكاتب غور تعقيدات الحياة ويسبغ لمحة من الأصالة والابتكار، ويعرض الفلسفة - بطريقة مبتكرة - من هذا النوع.

ومن أبرز الأمثلة على ذلك: عمود "صندوق الدنيا" لأحمد بهجت، وعمود "مواقف" لأنيس منصور.

وإذا كان كاتب عمود الشئون العامة ينطلق من واقعة أو حدث معين ليعلق عليها سعياً وراء تطوير أو تغيير الواقع، فكاتب العمود الإنسانى ينظر للموضوع أو الحدث من زاوية إنسانية ويركز على المثاليات، ويبشر بمستقبل أفضل.

وكاتب العمود الإنسانى يحاول أن يترجم إحساسه الفطرى إلى مشاعر عميقة، كما أنه متميز فى تأثره بالأحداث ويتسم ببعد النظر وسعة الأفق والقدرة على استشراف المستقبل.

ويمكن أن يندرج تحت هذا النوع أيضا عمود الثرثرة أو القيل والقال الذى يتحدث ويعلق على ما يتعلق بنجوم المجتمع وأخبارهم مخاطباً غريزة إنسانية هى حب الاستطلاع أو الفضول.

- العمود الساخر أو عمود الموضوعات الخفيفة والساخرة والفكاهية :

Humor Columns

ويستخدم هذا العمود مادة مبتكرة، فهو كاريكاتير مكتوب وليس مرسوما، فمن بين مهامه تجسيم العيوب وإبراز السلبيات بهدف إصلاحها وقد يلجأ كاتبه من أجل تحقيق ذلك إلى المبالغة واستخدام الرمز والتجسيم.

وكاتب العمود الساخر لابد أن يتمتع بخفة الظل، وهى سمة فطرية ويمتلك روح النقد والرغبة فى الإصلاح الاجتماعى، فليس من مهامه المدح وإنما النقد وأحيانا يكون هذا النقد لاذعا دون أن يصل إلى البذاءة أو الخروج عن اللياقة، ومن أبرز نماذج هذا النوع عمود "½ كلمة" لأحمد رجب.

ومن الأعمدة التى تدخل تحت هذا النوع العمود الذى يعتمد على تقديم الفكاهات أو الطرائف بهدف تسلية القارئ وإضافة معلومات جديدة إليه، ويحتاج هذا النوع إلى جهد من كاتبه فى البحث عن مادته، كما يدخل تحت هذا أيضاً عمود الهوايات والاهتمامات الخاصة ويضم أعمال الهواة من الشعراء والكتاب الساخرين ومبتكرى أساليب التسلية والترفيه.

- عمود رسائل القراء:

رغم أن كل كتاب الأعمدة بمختلف أنواعها يتلقون الكثير من رسائل القراء، إلا أنها قد تعتبر مصدراً لفكرة موضوع يتناوله كاتب عمود الشئون

إلا أن كاتب عمود رسائل القراء هو كاتب يجعل من عموده منبراً لرسائل القراء بأشكال مختلفة فقد ينشر إحدى الرسائل كما هى بعد تلخيص فحواها وقد يقوم - إلى جانب ذلك - بالتعقيب على ما جاء بهذه الرسالة لتحقيق المشاركة بين القارئ والكاتب.

وفى أحيان أخرى قد يستعين الكاتب بآراء المسئولين ويحاول إيجاد حلول لما طرحه القراء من مشكلات فى رسائلهم.

وقد يعيد الكاتب صياغة عدة رسائل لعدة قراء تتناول نفس الموضوع بأسلوبه الخاص ويعلق عليها ويدير حولها نقاشا .

وهذا النوع من الأعمدة يمثل شكلاً من أشكال التجاوب والتفاعل والمشاركة الفعلية بين كاتب المقال وقرائه ومن أبرز نماذج هذا النوع عمود "ما قل ودل" للمرحوم أحمد الصاوى محمد، وبعضها يدخل فى إطار عمود رسائل القراء العاطفية والإنسانية مثل بريد الجمعة فى جريدة الأهرام للراحل عبد الوهاب مطاوع، "اسألونى" لأمينة السعيد، ولابد هنا من مراعاة أخلاقيات المجتمع وقيمه وتقاليده.

- **العمود الحوارى:**

ويعتمد على فكرة الجدال والنقاش بين رأيين مختلفين بحكم الانتماء إلى جيلين (أستاذ وتلميذه - أم وبنتها - شاب وعجوز...) حيث يعرض كل منهما- فى شكل ديالوج وليس مونولوجًا- وجهة نظره فى القضية أو الموضوع نفسه مبررًا هذه الرؤية من واقع خبرته وتجربته وسمات شخصيته وظروف جيله.

ومن أشهر نماذجه: "نحو النور" للمرحوم محمد زكى عبد القادر، وهو عبارة عن حوار بين الأستاذ والتلميذ، وكان زكى عبد القادر يعتمد فى صياغة هذه الحوارات على ما يدور فى منتداه الأسبوعى بمكتبه بين أجيال متعددة.

كذلك "على مقهى فى الشارع السياسى" للمرحوم إحسان عبد القدوس بين الشاب والعجوز، وما كان يكتبه إحسان أيضاً فى مجلة حواء من حوار بين البنت وأمها.

- **العمود المتخصص:**

وهو قد يكون متخصصا فى مضمون معين سياسى أو اقتصادى أو فنى أو أدبى وينشر عادة فى الصفحات أو الأجزاء المتخصصة فى الصحيفة.

- **عمود اليوميات:**

حيث يعتبر البعض مقال اليوميات أحد أنواع الأعمدة التى تجمع بين بعض خصائص العمود من حيث إنها تشغل موقعا ثابتا على صفحات الصحيفة وعنوانا ثابتا مثل يوميات الأخبار فى الصفحة الأخيرة، وتأخذ بعض خصائص المقال التحليلى.

وتسمى باليوميات لأن شكلها التقليدى ارتبط بأسلوب المفكرة وإن كانت قد تطورت وأصبحت تضم عدة فقرات معنونة دون الارتباط باليوم، وتعرض لقضية أو قصة أو خبرة من رحلة أو خواطر أو انطباعات إلى غير ذلك.

وإن كنا نفضل اعتبار اليوميات شكلاً منفصلاً من أشكال مواد الرأى.

ويحرر العمود الصحفى فى الجريدة عادة كتاب لهم وزنهم الصحفى وخبراتهم وتجاربهم الصحفية أو الأدبية، وقد يكونون من بين أعضاء الجهاز التحريرى، كما قد تستعين صحف عديدة بكتاب أعمدة من الخارج وتضمهم إلى جهازها التحريرى، أو تستكتبهم من الخارج فى عديد من الاهتمامات، وقد ينشر عمود صحفى لكاتب ما - مثل عمود "فكرة" للراحل مصطفى أمين - فى أكثر

ولكاتب العمود الصحفى حرية اختيار موضوعه وزاويته وأسلوب المعالجة، كما أن المجال متسع أمامه لمعالجة المادة بأسلوبه الخاص وبلمسة درامية خفيفة، ساخرة، نقدية، فكاهية، كاشفة، لماحة، أو رزينة، وقورة.

- مقال العرض (المتابعة) Review Article:

وهو مجرد تقرير وصفى أو إخبارى عن عمل فنى أو أدبى، يقدم عرضاً للعمل بمعنى عرض لقصة الفيلم ومغزاه وممثليه فى إطار يعطى خلفية عنه وعن مخرجه ومؤلفه والفريق الفنى العامل فيه بدون التدخل لتقويم الفيلم السينمائى أو الحكم عليه، أو عرض كتاب جديد بمعنى تقديم ملامح الكتاب من حيث المضمون، الشكل أو الأسلوب، مع ملخصات لفصوله، وتعريف بكاتبه.

وعادة ما يعد هذا النوع من المقالات محرر أو كاتب متخصص فى الشئون الأدبية أو الفنية، وقد يقوم بذلك محرر عام إلى جانب عمله (خاصة فى الجرائد).

وتزداد أهمية هذا النوع من المقالات فى المجلات الأدبية والفنية والثقافية التى تعالج شئون الكتاب، الأدب، السينما، المسرح، الموسيقى، الفن التشكيلى، الباليه، حيث يشكل جانبا أساسيا من مضمون المجلة سواء أكانت عامة، أم متخصصة وكذلك فى الصفحات المتخصصة والملاحق فى الجرائد العامة.

- مقال النقد Critique Article:

وهو بعكس سابقه يتضمن تقييما للعمل الثقافى أو الفنى أو الأدبى أو نقدا له، وبيان مدى اتفاقه أو اختلافه عن أسس الإبداع الأدبى Evaluation الذى يمثله وموقعه وسط حركة الإبداع الثقافى أو الفنى.

ويؤدى المقال النقدى المهام التالية:

١- وصف الجوانب المختلفة فى العمل الفنى أو الأدبى مضموناً وشكلاً.

٢- تقييم رؤية المبدع من حيث المضمون والشكل وفقا للأسس الفنية والأدبية المتعارف عليها.

٣- إبراز نواحى التميز والأصالة فى أداء العمل الإبداعى، أو نواحى التكرار والتقليد فيه.

٤- مقارنة رؤية المبدع وأدواته بالآخرين فى عصره، وكذلك برؤية المبدع وأدواته فى أعماله الأخرى، والمدرسة الفنية والأدبية التى ينتمى إليها.

٥- تقديم ثقافة فنية وأدبية راقية للجمهور القارئ تتضمن تعريفا للأعمال الأدبية والفنية، من حيث الرؤى والأدوات، والتيارات الفنية والأدبية، بهدف تكوين حس فنى وأدبى لدى القارئ، ويساعده على التذوق بشكل إيجابي، مما يساعد فى تنمية ثقافة المجتمع، وتطويرها على المدى الطويل.

وقد يقوم بتحرير المقال النقدى فى الجرائد والمجلات بشكل أساسى محرر صحفى متخصص فى النقد الأدبى أو الفنى كعمل إبداعى: شئون السينما، شئون المسرح، شئون الكتاب، شئون الأدب، شئون الإذاعة والتليفزيون، ويقوم بعملية تحرير المقالات النقدية إلى جانب تغطية الشئون الأدبية والفنية أو إحداهما، وأيضا بإجراء الأحاديث الصحفية وإعداد التحقيقات والتقارير.

وإلى جانبه قد تستعين الصحيفة بمبدع محترف: يكون شاعراً أو موسيقياً أو رساماً أو مخرجاً سينمائياً ممارساً للعملية الإبداعية وذلك لكتابة النقد الأدبى

فالمحرر الصحفى على الرغم من أنه قد ينقصه خبرة الفنان، إلا أن لديه ثقافة فنية - أو هكذا يجب – وخلفية فى موضوع مقاله النقدى - السينما مثلاً - وفى الوقت نفسه لديه القدرة على الكتابة بأسلوب صحفى يقبله المتخصصون فى السينما، ويفهمه القراء العاديون، فهو ناقد أولاً، وفنان ثانياً، ومع ذلك قد يشكو منه المتخصصون بحجة عدم إحاطته بكل شىء فى عمله النقدى.

والمبدع المحترف مثل المخرج السينمائى، أو الرسام هو شخص يتميز بمعرفته الشاملة نتيجة الممارسة لكل جوانب العملية الإبداعية، ولكنه قد ينقصه الكتابة بشكل مبسط يفهمه القارئ العادى، ولأنه فنان أو أديب أولاً، وناقد ثانياً يرحب به ويثنى عليه الفنانون المحترفون والأدباء، ولكن القارئ العادى قد يشكو من أنه لا يفهم اللغة التى يكتب بها.

وتتعقد المسألة أكثر عندما تستعين الصحف العامة من جرائد ومجلات بناقد محترف مهنته الأولى هى النقد الأدبى أو الفنى، حيث نجد هذا النوع من النقاد يميل إلى الكتابة بلغة شديدة التخصص والتعقيد بالنسبة للقارئ العادى، لذلك نجد الجرائد العامة والمجلات تفضل المحرر المتخصص، والمبدع المحترف، بينما تلجأ المجلات المتخصصة (العامة)، وشديدة التخصص فى الفنون والأدب إلى الاستعانة بهؤلاء النقاد المحترفين إلى جانب المحررين المتخصصين والمبدعين.

ومحرر المقال النقدى- سواء أكان محرراً متخصصاً أو مبدعاً محترفاً أو ناقدا متخصصاً- لابد أن يكون نقده مبنياً على فهم كامل للعملية الإبداعية الفنية أو الأدبية، بكل مكوناتها وأسسها، وتياراتها القديمة والمعاصرة، إلى جانب استيعابه لأسس النقد ومدارسه وتياراته، ولابد أن يسير فى نقده الفنى أو الأدبى

Impressionistic فــى الــنقد، وقــد تكــون النظــرية الاتباعــية Authoritative.
والنظرية الانطباعية فى النقد تستلهم مقولة الأديب الفرنسى الشهير أناتول فرانس التى قال فيها: إن النقد هو مغامرة الروح العظيمة بين الروائع، أى أن النقد هو عبارة عن ردود فعل العمل الفنى أو الأدبى موضوع النقد فى الإنسان الناقد، أو ما يفجره من رؤى وأحاسيس إنسانية.

أما النظرية الاتباعية فهى تناقش العمل الفنى أو الأدبى، على أساس مدى التزامه أو عدم التزامه بالقيم والقواعد الكلاسيكية للشكل الفنى أو الأدبى، التى وصفها النقاد، وذلك بعد دراستهم لأعمال الرواد والمذاهب الفنية والأدبية، المختلفة، أى أن نجاح العمل الفنــى هنا، يكون بمقدار اتباعه لقواعد الفن وأصوله التى اتفق عليها النقاد.

ويؤكد ستيفنسون سميث فى كتابه "حرفة الناقد" أن العملية النقدية الكاملة قد تشمل كلا من الانطباعات والميول الذاتية للناقد، والخضوع لسلطان الماضى أو اتباع أهل الثقة من نقاد الفن الأوائل وكبار منظّريه مثل أرسطو فى فن المسرح- كقاعدة للحكم، والناقد الذى يستلهم أسلوباً واحداً فى النقد يقف قليلا عند مرحلة من مراحل العملية النقدية، ويركز قليلاً على جانب غيـر متوقع فيها.

مازال هناك فى الإبداع الفنى والأدبى جدل كبير حول وظيفة الفن والأدب فى المجتمع، هل هى تحقيق المتعة الفكرية أو الفنية؟ أو ما يطلق عليه "نظرية الفن للفن"، أم مناقشة قضايا المجتمع والتفاعل معها وإبداء وجهة نظر فيها، وهو ما يطلق عليه "نظرية الفن للمجتمع" وهى الرؤية التى تم الالتزام بها لفترة طويلة فى العالم الثالث، وفى بعض دول العالم متأثرة بالفكر الاشتراكى.

وهذا يقودنا إلى القول بأن الرؤية الفكرية والنظرية للناقد تنطلق من ثقافته وتعليمه وخبراته وممارساته ورؤيته الأيديولوچية وانحيازه لفكر سياسى أو

والعملية النقدية- أيا كانت النظرية أو الأسلوب الذى تتبعه- تمر بعدة مراحل اتفق البعض على تقسيمها إلى ست هى:

* مرحلة الحصول على الأفكار أو الانطباعات عن العمل الفنى أو الأدبى Impressions.
* مرحلة التحليل Analysis للعمل الإبداعى ذاته.
* مرحلة التفسير Interpretation.
* مرحلة التوجه إلى القواعد والأصول Orientation.
* مرحلة تقييم العمل الإبداعى Evaluation فى ضوء ما سبق.
* مرحلة التقييم أو إصدار الحكم النهائى على العمل Generalization.

خطوات تحرير المقال الصحفى:

١- اختيار فكرة أو موضوع وتقييمها ومناقشتها فى ضوء كل من: السياسة التحريرية، اهتمامات الجمهور، التوقيت، وفرة المعلومات، طبيعة الموضوع.

٢- تحديد نوع المقال.

٣- جمع المعلومات والخلفيات اللازمة من المصادر البشرية من خلال الاتصال بالمصادر المختلفة، ومن المصادر غير البشرية وأهمها قسم المعلومات الصحفية (المكتبة، الأرشيف) أو بنوك المعلومات الداخلية والخارجية والإنترنت وغيره من شبكات المعلومات العالمية، وكذلك مكتبة المحرر الصحفى أو الكاتب الخاصة.

٤- وضع خطة لكتابة المقال.

٥- اختيار الاستمالات الإقناعية: (المنطقية / العاطفية).

٦- اختيار قالب المقال وكتابته بأجزائه المتعددة؛ وهى:

(أ) العنوان.

(ب) المقدمة.

(جـ) الجسم.

(د) الخاتمة.

٧- اختيار الصور والرسوم الملائمة وكتابة الكلام أو الشرح أو التعليق المصاحب لها.

٨- مراجعة المقال؛ وذلك من حيث النواحى التالية:

(أ) الحقائق والمعلومات المتوفرة ومدى دقتها.

(ب) منطقية النص.

(جـ) مدى اتساق أفكار النص.

(د) الإسناد الصحيح للمعلومات.

(هـ) الصحة النحوية.

(و) الصحة الأسلوبية الصحفية.

(ز) مدى مراعاة أخلاقيات الصحافة.

(ح) مدى الاتساق مع السياسة التحريرية.

(ط) مدى مراعاة قوانين النشر.

(ى) الصحة الأسلوبية العامة.

- **الكاريكاتير:**

الكـاريكـاتيـر أو الرسـوم السـاخرة شكـل صحـفـى فعال يستخدم فى كثير من الصحف اليومية والأسبوعية، إذ تثير من هذه الـرسـومـات الساخرة موضوعات يدور حـولـهـا جدل ومناقشة واسعة، وذلك بتصوير الأشخاص بشكل فكاهى يجسـد ملامحهـم الواضحة ويبالغ فى إبراز ما يتميزون به من سمات، ويتكون من الرسم وما يصاحبه من كلام (نكتة) كاملـة، وكاريكاتير الـرأى Editorial Cartoon لا يـصور الأشـخاص لـذواتهم وإنمـا للتعبيـر عـن الحـوادث والأفكـار والمواقـف وكثيـرا مـا يعـتمد علـى الرسـوم والشخـصيات الرمزية.

ويعرفه الدكتور عمرو عبد السميع بأنه عملية اتصالية متكاملة لها هدف محدد هو إحداث التأثير فى المتلقى فى خمسة جوانب هى:

١- تثبيت بعض الصور الكامنة لدى المتلقى أو العكس.

٢- تعديل الاتجاه السلوكى لدى المتلقى.

٣- إثارة المتلقى وتهييجه.

٤- التنفيس بحيث لا يتكون لدى المتلقى تراكم فى تراث الرفض لظاهرة سياسية أو مجتمعية معينة.

٥- إثارة الرغبة فى الضحك أو السخرية.

ويحدد عدد من كبار رسامى الكاريكاتير وظائفه كأحد الأشكال الصحفية التى تعرض مادة الرأى فى الصحيفة فى الجوانب التالية:

١- أن يقدم خدمة من خلال النقد بالإشارة إلى الأشياء التى يمكن أن تؤدى بشكل أفضل أو بشكل مختلف.

٢- أن يسخر من الجمهور (أو يخرج لسانه للناس على حد تعبير البعض) ويجعلهم يفكرون ويضحكون.

٣- تصوير الواقع، التعبير عن همومه والدعوة إلى التعبير.

أما رسام الكاريكاتير فمهمته متعددة الجوانب؛ وهى:

١- أن يجعل المواطنين يفكرون، لا أن يغير أفكارهم، وإذا نجح بعد ذلك فى تغيير هذه الأفكار فهذا أمر طيب نظراً لصعوبة تغيير أفكار الناس.

٢- أن يدير حواراً بين الناس، لأن هذا عمله الأساسى ووظيفته الأولى.

٣- أن يبسط أى قضية إلى الحد الذى يصبح فيه أسلوب الرسالة مفهوماً، بهدف الحصول على موافقة أو رفض الجمهور، بشكل يكفى لمناقشتها ثانيا .

ويقدر نجاح رسام الكاريكاتير شأنه شأن كاتب الرأى بمدى قدرته على جعل الناس يفكرون فى قضايا مهمة.

ومن الناحية الفنية الصحفية يمكن القول: إن الكاريكاتير هو رسم ساخر ناقد يغالى فى إبراز العيوب، وهو مرادف للكارتون Cartoon بمعناه المعاصر، ومختلف عنه فى المنشأة، ويقوم على إبراز الخصائص الملامحية وتشويهها، أو كوميديا الموقف، أو اللفظ، ويشمل ضمن وسائل تعبيره شرائط الشرائح الفكاهية أو الرسوم الهزلية Comic Strips، والنحت الساخر، وأصل كلمة Caricature يعود إلى الكلمة الإيطالية "كاركاتورا" بمعنى تحميل الشىء أكثر من طاقته.

ويرتبط الكاريكاتير بظاهرتى الضحك والفكاهة على المستوى الفلسفى والنفسى، ويرتبط شعورياً بالإدراك والنزوع الوجدانى، وهو تعبير عن الألم الإنسانى، يقوم على الانتقاص من الآخر أو مواساته، ويحدد أهدافه التى سخر منها، وإن لم توجد فإنه مجال يسخر فيه الإنسان من بنى جنسه ومن عجزه.

وقد ارتبط ظهور الكاريكاتير وتطوره بالتقدم الفنى للطباعة التى مكنت من الإكثار منه الأمر الذى حوله من مجرد صور هزلية، إلى رسم من عدة نسخ، يصل إلى عموم الناس، كما يرتبط بالتطور فى حركة الفنون التشكيلية التى تؤثر عليه شكلاً ومضموناً، والكاريكاتير فى جوهره هو عملية اتصالية تستهدف مردوداً وترتبط بمحددات فنية وسياسية ومجتمعية.

ويقسم الدكتور عمرو عبد السميع الكاريكاتير إلى نوعين هما:

١- الكاريكاتير السياسى: وهو ما يتعرض فيه الرسام بالسخرية أو بالرغبة فى الانتقاص من عوامل القهر المادى سياسية كانت أو اجتماعية أو دينية... إلخ.

٢- الكاريكاتير الإنسانى: وهو ما ينزع فيه الرسام، فى حالة عجزه عن مواجهة عوامل القهر المادى إلى السخرية من بنى جنسه، فى شتى مجالات النشاط الإنسانى الصرفة من رياضة وفنون وغيرها أو إلى السخرية من نفسه أو من عبثية الحياة.

وفى بعض الصحف المصرية يكون رسام الكاريكاتير هو نفسه صاحب فكرة رسوماته مثل عبد السميع وصلاح چاهين وحجازى والبهجورى وغيرهم، وإن كان رسام الكاريكاتير فى بعض الصحف الأخرى ليس هو صاحب أفكار كاريكاتيره بل يكون هناك محرر مختص لوضع هذه الأفكار على أن ينفذها الرسام مثلما كان يحدث مع الفنان رخا بصحيفة أخبار اليوم؛ إذ كان صاحب أفكار رسوماته مصطفى أمين، كما كان مصطفى حسين ينفذ رسوم الكاريكاتير من أفكار أحمد رجب إلى أن اختلفا معا فأصبح مصطفى حسين يعتمد على أفكاره هو..

ويستخدم رسامو الكاريكاتير وسائل مختلفة للإقناع بفكرتهم مثل المبالغة والسخرية والترادف بالألفاظ والتلاعب بها والرمز وربط بعض المواقف

ومن كل ما سبق يتضح أن الكاريكاتير عملية اتصالية تستهدف مردودا محدداً، يتمثل فى رجع الصدى الذى قد يؤدى إلى التصاق الرمز بالمقصود، أو الترديد الجماعى للنكته (الكاريكاتير)، أو فتح الباب للترديد على رموز الكاريكاتير لوسائل أخرى أو تعديل السلوك لدى المتلقى، كما أن هناك علاقة جدلية قائمة على التأثير والتأثر بين كل المحددات التى يعمل كل عنصر من عناصر الرسالة الاتصالية فى إطارها، وبين ضوابطها السياسية والمجتمعية.

ويشكل الكاريكاتير مكونا مهما من مكونات مادة الرأى وصفحة الرأى بصفة خاصة، بما يملكه من قدرة على إعطاء تأثيرات جمالية وفكاهية للأخبار والموضوعات التى تصاحبها أو تعبر عنها.

لذلك تحرص معظم الجرائد على أن يكون لديها رسام الكاريكاتير الخاص بها وأن يكون هذا الرسام من الذين يستطيعون استيعاب القضايا والشئون اليومية كمضمون أو كمادة تصلح للمعالجة فى شكل كاريكاتير، أما معظم الجرائد متوسطة الحجم فتعتمد على الوكالات التى توزع رسوماً كاريكاتيرية تعالج فى الأساس قضايا أو اهتمامات عامة أو قومية.

- رسائل القراء Letters – to - the Editor:

وقد تسمى صوت الجمهور Voice of the people أو المنبر The forum أو بريد القراء Letter Writers؛ وهى عبارة عن الرسائل التى يبعث بها القراء للصحيفة.

وهى الرسائل التى تتلقاها الجريدة يوميا من قرائها بالبريد أو باليد أو من خلال الفاكسميل أو على E.Mail وتتضمن تعليقات، أو شكاوى عامة أو خاصة، أو مشكلات، أو أخبارا جديدة، أو آراء تتناول موضوعاً معيناً بالتعليق أو المناقشة أو النقد أو الإضافة أو التأييد أو المعارضة.

وقد تكون هناك بعض الرسائل التى تستفهم عن معلومات معينة، وفى هذه الحالة تنشر الرسالة ومعها رد من المحرر أو من بعض المتخصصين يجيبون على استفهامات القراء حول هذه المعلومات.

وبعض الرسائل تعكس اتجاه الرأى العام، وبعضها قد يوجه انتقادات لتغطية الصحيفة أو معالجتها لموضوع أو يصحح معلومة أو واقعة وردت بها، وبعضها الآخر يعكس اتجاهات الرأى العام وما يهم القراء وما لا يهمهم، وفى بعض الأحيان تعد الصحيفة تقريرا يوميا يوزع على رؤساء الأقسام وأعضاء مجلس التحرير للاستعانة بما يرد فيه فى التخطيط اليومى وتوجيه العاملين فى الأقسام الصحفية المختلفة.

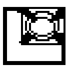
وتنشر هذه الرسائل فى ركن ثابت يحتل مساحة داخل صفحة الرأى وأحياناً خارجها، وتؤدى هذه الرسائل وظيفة مهمة من وظائف الجريدة كإحدى وسائل الاتصال فى المجتمع وهى أن تكون منبراً للتعبير عن رأى الجمهور أيضا ، كما أنها تزود الجريدة أيضا بفرصة ذهبية لكى تستطلع وتستكشف اتجاهات القراء وآراءهم فيما ينشر فيها وفى الأداء العام للجريدة، إلى جانب القضايا العامة والخاصة التى تثيرها الجريدة على صفحاتها.

ومن خلال هذه الرسائل - التى ينشر بعضها - تتاح للقراء الفرصة للرد على المقالات الافتتاحية أو التعليق على المواد الإخبارية أو الاستقصائية، وقد تحمل الرسالة تعليقا ، أو رأياً شخصياً، أو إثارة لقضية عامة، أو حتى مشكلة شخصية.

وبسبب محدودية المساحة المخصصة لرسائل القراء - بالمقارنة بالكم الهائل من الرسائل الذى يرد إلى الجريدة يومياً - يلجأ المحرر المسئول عن رسائل القراء، وهو عادة ما يكون أحد محررى صفحة الرأى، إلى قراءة هذه الرسائل وفحصها وفرزها وتصنيفها ونشر ما يستحق منها بعد تلخيصه أو اختصاره أو نشره كاملاً بتوقيع صاحبه، ونشر الرسالة يخضع لعدة معايير من بينها: موضوعها أو مصدرها، وترفض الجرائد نشر الرسائل المجهلة (التى لا تحمل توقيعا)، ولكنها - وبناء على طلب صاحب الرسالة - قد تنشرها بدون توقيع، كما تراعى الجرائد أيضاً ألا تنشر رسائل قد تعرضها لأى مساءلة قانونية فقد تحوى سبا أو قذفا أو إهانة لأشخاص معينين.

وبعض الجرائد تقوم بعملية تحليل يومى لمضمون رسائل القراء واتجاهاتها، ويشمل ذلك تلك الرسائل التى ترد إلى الجريدة بأقسامها المختلفة وكتابها ومحرريها وتحصل من خلال ذلك على تقرير يومى عن القارئية وعن أفكار جديدة لموضوعاتها تنفذ بعضها خلال أعدادها التالية.

ملخص الـوحـدة السادسة



تناولت هذه الوحدة مفهوم صفحة الرأى Editorial Page وخصائصها وما يميزها من سمات.

كما عرضت للمقال كأحد أشكال مواد الرأى المختلفة ومناقشة تعريفاته المتعددة وتأثير التطورات الراهنة فى الصحافة على مفهوم المقال الصحفى ووظائفه وناقشت الوحدة بالتفصيل أنواع المقال الصحفى، وهى المقال الافتتاحى Editorial Article؛ مفهومه وأنواعه، والمقال القائد الموقع Leading Article؛ مفهومه ووظائفه، مقال التعليق الصحفى Commentary Article، المقال التحليلى Analytical Article وعناصره، مقال اليوميات Diary Article، وأهميته وأنواعه وخصائصه، المقال العمودى Column Article، مفهومه وأنواعه (عمود الشئون العامة، عمود الموضوعات الانسانية) العمود الساخر، عمود رسائل القراء، العمود الحوارى، العمود المتخصص، عمود اليوميات، كما تناولت مقال العرض Review Article ومقال النقد Critique Article ومهامه، ومحرر المقال النقدى (محرر صحفى متخصص - مبدع محترف، ناقد محترف) ومراحل تحرير المقال النقدى.

وفى ختام هذا الجزء تناولنا خطوات تحرير المقال الصحفى وتناولت الوحدة أيضا الكاريكاتير كأحد أشكال مواد الرأى، وأخيراً رسائل القراء Letters-to-the Editor.



أسئلة على الوحدة السادسة

س١ قارن بين المفاهيم التالية:

- مقال العرض ومقال النقد.
- عمود الشئون العامة وعمود الموضوعات الإنسانية.
- رسائل القراء كأحد أشكال مواد الرأى وعمود رسائل القراء.
- المقال الافتتاحى والمقال القائد.

س٢ اختر الإجابة الأدق مبررًا ذلك بأسلوب علمى:

- **المقال الافتتاحى:**

* مقال تنشره الصحيفة فى الصفحة الأولى أو صفحة داخلية ينطق بلسانها.
* مقال ثابت ينشر حسب دورية صدور الصحيفة يعبر عن سياسة الصحيفة ووجهة نظرها إزاء الأحداث.
* مقال له عنوان ثابت ينشر بشكل ثابت أو غير ثابت يعطى فرصة للصحيفة لتعرض وجهة نظر ثانية ويكتبه عادة كبار الكتاب.

- **عمود الموضوعات الإنسانية:**

* ينطلق من واقعة أو حدث جار معين.
* ينظر للحدث الجارى بتأمل وبعد نظر.
* يعلق على الحدث الجارى بهدف تطوير الواقع من زاوية إنسانية.

- **المقال النقدى:**

* يعرض لعمل فنى أو أدبى ويقيم رؤية المبدع.
* يصف الجوانب المختلفة لعمل فنى أو أدبى بشكل تقريرى.

* يصف العمل الفنى أو الأدبى وبيان مدى اتفاقه أو اختلافه عن أسس الإبداع الأدبى.

- **الكاريكاتير:**

* هدفه تصوير الأشخاص بشكل فكاهى.
* هدفه التعبير عن الحوادث والأفكار والمواقف بشكل فكاهى.
* يصور الأشخاص والحوادث والمواقف بشكل فكاهى وساخر بهدف الإصلاح.

س٣ أكمـل:

- **من خصائص صفحة الرأى:**

*
*
*

- **أنواع المقال الافتتاحى:**

*
*
*

- **من عناصر المقال التحليلى:**

*
*
*

- **من أنواع مقال اليوميات:**

*

*

*

- **من مهام المقال النقدى:**

*

*

*

- **من وظائف الكاريكاتير:**

*

*

*

- **رسائل القراء قد تكون:**

*

*

*

س٤ اكتب مقالاً تحليلياً حول التغيير الوزارى الأخير (ديسمبر ٢٠٠٥) موضحاً الخطوات والإجراءات التى تتبعها، مع اختيار عنوان مناسب، وحدد الصحيفة التى تقترح أن ينشر بها.

س٥ من خلال متابعتك للحياة الفنية اختر أحد الأعمال السينمائية أو المسرحية المعروضة حاليا، واكتب مقالاً نقدياً حولها.

أنشطة يقوم بها الدارس

١- اختر إحدى الصحف اليومية وقم بالتحليل العلمى لأشكال مواد الرأى بها (المقال الافتتاحى، الأعمدة الصحفية، المقالات التحليلية، المقالات النقدية، الكاريكاتير، رسائل القراء).

٢- تابع صفحة الرأى بجريدة الأهرام لمدة أسبوع وأعد تقريراً علمياً حول مواد الرأى بها.

٣- خطط لتطوير صفحة رأى بإحدى الصحف التى تتابعها باستمرار محددا أهدافها، والأشكال الصحفية التى تقترح استخدامها، الكتاب والجهاز التحريرى.

مراجع للاستزادة حول موضوع الوحدة السادسة

(١) إبراهيم إمام: ***دراسات فى الفن الصحفى الأنجلو***، ١٩٧٢، ص ص١٧١-٢١٨.

(٢) إجلال خليفة: ***اتجاهات حديثة فى فن التحرير الصحفى***، دار الهنا ١٩٧٢، جـ١، ص ص١٠١-١٣٤.

(٣) إجلال خليفة: ***اتجاهات حديثة فى فن التحرير الصحفى***، مكتبة الأنجلو ١٩٧٣، جـ٢، ص ص١٤١-١٧٧.

(٤) توماس بيرى (ترجمة مروان الجابرى): ***الصحافة اليوم - تطورها وتطبيقاتها العملية***، مؤسسة أ. بدران وشركاه، بيروت، لبنان ١٩٦٤، ص٢٩٥.

(٥) عبد اللطيف حمزة: ***المدخل فى فن التحرير الصحفى***، دار الفكر العربى، القاهرة، ط٣، ١٩٦٥، ص ص١٧١-١٩٧.

(٦) عبد العزيز الغنام: ***مدخل فى علم الصحافة***، جـ١ (الصحافة اليومية) مكتبة الأنجلو، القاهرة، ط٢، ١٩٧٧، ص ص١٤٢-٢٤٧.

(٧) جلال الدين الحمامصى: ***الصحيفة المثالية (القسم الثالث)***، دار المعارف، القاهرة، ٢٧٩١، ص ص١٣٩-٢٦٧.

(٨) هانى محمد على: ***العوامل المؤثرة على التحرير الصحفى فى المجلات الأسبوعية الإخبارية فى الولايات المتحدة الأمريكية ومصر، دراسة مقارنة***، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٧.

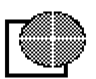
(٩) ليلى عبد المجيد، ***صفحة الرأى فى جريدة الأهرام***، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٧٩.

(10) Hohenberg, John, ***The Professional Journalist,*** Amerind, Publishing Co., P.V. T. Ltd, New York, 2 nd edition, 1972, p. 472.

(11) Mott, George Fox, ***New Survey of Journalism*** , Barnes and Noble Inc., U.S.A., 4th edition, 1970, p. 267.

(12) Grump, Spencer, ***Fundamentals of Journalism***, McGraw-Hill Book Co., U.S.A, 1974, p. 22.

(13) Hulteng, John L., ***The Fourth Estate***, Harper and Row Publishers, New York, 1971, p. 146.



الوحدة السابعة

الأشكال الصحفية الأخرى

الأهداف:

بعد دراسة هذه الوحدة، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن:

١- يميز بين مجموعات الأشكال الصحفية التى تقدم مواد الخدمات، المتخصصة، التسلية، المادة الإعلانية.

٢- يفهم الخصائص التى تميز كل شكل من هذه الأشكال الصحفية.

٣- يقيم ما تقدمه الجرائد من الأشكال الصحفية المختلفة فى ضوء ما درسه من أسس علمية.

٤- يحدد الشكل الصحفى المناسب لكل نوعية من المضمون فى الجريدة.

العناصر:

١- الأشكال الصحفية التى تعرض المواد الخاصة بالخدمات (كيف تصنعها، صنعوها وأنت تستطيع، قصة إخبارية مباشرة ، موضوع صحفى، قوائم).

٢- الأشكال الصحفية المتخصصة المجمعة.

* الأقسام والملاحق المتخصصة الرياضية.

٣- الأشكال الصحفية الخاصة بالتسلية.

٤- الأشكال الصحفية المصورة.

٥- الأشكال التى تعرض المواد الإعلانية.

٦- الأشكال الصحفية التى تعرض مواد أخرى.

٧- ملخص .

٨- أسئلة.

٩- أنشطة.

١٠- مراجع.

الوحدة السابعة
الأشكال الصحفية الأخرى

أولا- الأشكال الصحفية التى تعرض المواد الخاصة بالخدمات:

مع نمو صحافة الخدمات وبروزها كتيار أو اتجاه صحفى أو تصور أو رؤية توجه تحرك المندوب أو المحرر الصحفى من البداية، وليس مجرد تغطية خدمات ضمن بعض الأقسام التقليدية داخل الجريدة كأقسام المرأة، الطفل، الفن، الثقافة، برزت مجموعة من الأشكال الصحفية المستحدثة التى تعرض من خلالها المواد الخاصة بالخدمات، وتعتمد كلها فى الأساس على التنويع فى شكل الموضوع الصحفى أو موضوع المعالم، وتأخذ الأشكال التالية:

١- موضوع كيف تصنعها How to do it?:

يروى هذا الموضوع للقارئ ببساطة كيف يصنع شيئا ما، أو يؤديه ومثال لذلك: (عشرة طرق لتوفير الطاقة بالمنزل)، (كيف تصلح صنبور المياه إذا انفجر)، (كيف تقوم بطلاء المنزل بأقل التكاليف؟)، ويستخدم فى تحرير هذه الموضوعات لغة بسيطة، وسهلة ومباشرة فى العناوين وفى المتن على أن تكون خالية من المصطلحات أو الجوانب الفنية أو الصناعية، مع الاستعانة بقدر الإمكان بالصور الفوتوغرافية والرسوم اليدوية.

٢- موضوع لقد صنعوها وأنت تستطيع They did it and you can:

ويعرض نشاطا لشخص أو لجماعة، مع بيان أو إيحاء أن القارئ يستطيع أيضا ممارسة هذا النشاط وتطبيقه ببساطة، وهنا تروى القصة أو الظاهرة على لسان أبطالها بالتفصيل.

٣- قصة إخبارية مباشرة Straight News Story:

وهى قصة إخبارية تحتوى على معلومات تفيد القارئ، وتقدم له نصائح أو نماذج تصلح كسلوك مستقبلى، وذلك بشكل مباشر.

٤- الموضوع الصحفى Feature:

ويركز على زاوية أو محور كيفية إتمام أداء الشىء، أو كيفية أداء أشياء معينة فى ظروف مشابهة لتلك التى تم إنجاز هذا الشىء فيها.

٥- القوائم Lists:

وتتعدد أنواعها فقد تكون قائمة بدور للسينما أو معرض للكتاب، أو قوائم بأسعار العملات والأسهم والسندات، وقد تتطور لكى تكون قوائم إخبارية أكثر ابتكاراً.

ثانيا- الأشكال الصحفية المتخصصة المجمعة:

فى مواجهة تنوع اهتمامات القراء ورغباتهم وتعددها، يسعى المضمون الصحفى بفئاته المختلفة إلى تلبية هذه الاهتمامات من خلال الأقسام المتخصصة بالجريدة والتى يتم توزيع منتجها الصحفى من أخبار وموضوعات وصور ورسوم على أجزاء الجريدة اليومية المختلفة.

وقد زاد عدد صفحات الجريدة فى السنوات الأخيرة، ودفع هذا بعض الجرائد إلى تقسيم صفحاتها إلى أقسام Sections أو وحدات رئيسية للمضمون، وفى داخل كل قسم أبواب وأركان وصفحات للمواد المتخصصة، وتنشر بعض هذه الأبواب والأركان والصفحات يومياً أو أسبوعياً، أو فى ملاحق الصحيفة الأسبوعية، أو تلك التى تصدر فى شكل مجلة وتوزع مع العدد.

ويعتبر كل باب أو ركن أو صفحة أو ملحق متخصص بمثابة جريدة صغيرة متخصصة داخل الجريدة العامة الكبيرة، توظف داخلها الأشكال الصحفية المختلفة لعرض هذه المادة المتخصصة المجمعة، كلون من ألوان الخدمات التى تقدم للقارئ فى إطار تلبية اهتماماته المتنوعة.

ويمكن هنا رصد خمس دوائر متداخلة يمثل كل منها شكلا أو قالبا صحفيا مجمعا يعالج من خلاله المضمون الصحفى المتخصص المجمع على النحو التالى:

الدائــرة الأولــى: الأكثـر اتـساعا هـى الملحـق Supplement الـذى يـضم مجموعة من الأقسام المتشابهة فى المضمون أو المتقاربة، أو التى لا يجمعها فقط سوى أنها مواد متخصصة ومنوعة.

الدائرة الثانية: الأقل اتساعا هى القسم Section الذى يضم مجموعة من الـصفحات المتخصـصة التـى تعـالج مـواد متـشابهة فـى تخصـصها أو أركـان متخصصة أو أبواب متخصصة.

الدائــرة الثالــثة: أقـل اتـساعًا مـن الـسابقة وهـى الـصفحة أو الـصفحات المتخصـصة Specialized Pages وتعـالج مـوادَّ متشابهة فـى المضمون، وتـضم أركاناً أو أبواباً متخـصـصـة تعالج مضموناً واحدا كالأدب، والفن، والرياضة.

الدائـرة الـرابعة: وهـى أضـيق مـن الدائـرة الثالـثة، وهـى الـركن الـثابت المتخصص الذى يحتل جزءاً أقل من الصفحة ويعالج مضمونا متخصصا واحدا مستخدما أشكالا صحفية مختلفة.

الدائرة الخامسة: وهى أضيق الدوائر شكلاً ومضموناً، وهى الباب الثابت المتخصص الذى يعالج مضمونا متخصصاً من خلال شكل صحفى واحد أو عدة أشكال صحفية مثل باب رسائل القراء أو عمود أخبار رياضية له عنوان ثابت.

فجـريدة New York Times - علـى سـبيل المـثال - كانـت تنقسم خـلال الثمانينيات إلـى أربعـة أقسام، منها ثلاثة ثابتة طوال الأسبوع، والرابع يتغير كل يوم، على النحو التالى:

القسم رقم (١) يقدم تغطية إخبارية قومية وعالمية متسعة.

القسم رقم (٢) يقدم تغطية لأخبار العواصم والأخبار الثقافية.

القسم رقم (٣) يقدم تغطية اقتصادية محلية ودولية.

القسم رقـم (٤) يغطـى مجـالات متخصـصة تخـتلف فـى كـل يـوم مـن أيـام الأسبوع كما يلى:

* يوم الاثنين قسم Sports Monday؛ يقوم بتغطية أخبار الرياضة التى حدثت خلال الأسبوع، مستعينا بالإحصاءات، الأحاديث، أعمدة الرأى.

* يوم الثلاثاء قسم Science Times؛ ويقدم معلومات ومناقشات مهمة حول المجالات العلمية، وأعمدة رأى حول التعليم وأساليب الحياة.

* يوم الأربعاء قسم The Living Section؛ ويزود القارئ بأخبار المواد الغذائية والأسواق.

* يوم الخميس قسم Home Section؛ ويعطى معلومات عن شئون المنزل مثل الديكور، أعمال الصيانة والإصلاح، الحدائق، التسجيلات الموسيقية والأمور المتصلة بكل ما سبق.

* يوم الجمعة قسم Weekend؛ وهو عبارة عن دليل للأحداث التى تتسم بطابع التسلية والإمتاع، وخاصة الفنون الرفيعة والجماهيرية.

* إضافة إلى الأقسام السابقة والتى تظهر فى كل الطبعات، هناك أقسام إخبارية خاصة بمناطق معينة Zoned News Sections، لترويج توزيع الجريدة فى مناطق معينة.

وتتسم موضوعات المعالم التى تقدم من خلال تلك الأقسام المتخصصة بالأسلوب التفسيرى المصاحب بمواد مصورة مثيرة لم تكن تظهر فى الجريدة منذ عدة عقود مضت.

وجريدة Los Angles Times يحتوى العدد اليومى منها - بشكل ثابت - على الأقل على خمسة أقسام وأحياناً أكثر من ذلك :

القسم الأول: هو القسم الإخبارى الرئيسى، ويضم ملخصاً لكل الأخبار الدولية المهمة، وأخبار الولاية، والأخبار المحلية، ويتكون من ٧٢ صفحة ويسمى The Main News أى الأخبار الرئيسية.

القسم الثانى: ويحتوى على أخبار العاصمة، وأخبار إقليمية أخرى، ويضم أيضاً صفحة الرأى وصفحة الرأى الآخر Opposite Editorial Page، وتحليلات أخرى يحررها كتاب الأعمدة، ويطلق على هذا القسم The Metro News.

القسم الثالث: ويغطى الشئون الرياضية والاقتصادية وأخبار السوق والتمويل ويسمى View Section.

القسم الرابع: ويغطى أخبار المجتمع والشئون الثقافية والاجتماعية.

القسم الخامس: ويخصص للإعلانات المبوبة، ويعد أضخم قسم إعلانات مبوبة فى العالم.

إضافة لذلك هناك جزء خاص غير منتظم لموضوعات المعالم من وقت لآخر.

أما عدد الأحد من الجريدة فيحتوى على أجزاء ثابتة وأركان الموضوعات المعالم تحت العناوين التالية:

- Home Magazine
- Calendar
- Outlook
- Opinion
- T.V News
- News
- Real estate
- Travel

الأقسام والملاحق المتخصصة (نموذج المادة الرياضية):

تتمتع المادة الرياضية فى الصحيفة بقارئية عالية كمضمون متخصص يعالج من خلال كل قوالب المادة المتخصصة المجمعة بدءا من الباب وانتهاء بالملحق الرياضى، ولذلك تشكل مجالا حيويا لإعداد المحررين وإكسابهم الخبرة والمهارة العملية اللازمة، وذلك بحكم حيوية هذا المضمون وتنوعه وتجدده وواقعيته وحاليته وتعدد مصادره.

وأهم فئات المضمون الرياضى التى تعالج من خلال قوالب المادة المتخصصة المجمعة هى:

١- الأحداث الرياضية التى تم نقلها بواسطة وسائل الاتصال الإليكترونية وهى الراديو والتليفزيون.

٢- الأحداث الرياضية الكبرى والعادية التى لم تنقلها وسائل الاتصال الإليكترونية، وتشمل أوجه النشاط الرياضى بالمدارس والجامعات والأندية الرياضية، وكذلك الألعاب الرياضية فى المجتمع المحلى، وتتفوق الجريدة فى هذا المجال وتستطيع تقديم خدمة صحفية أفضل.

٣- مفكرة المعلومات Agenda Information للأحداث على المستوى القومى، مستوى الولاية، مستوى المدن المحلية، وتشمل أيضاً المراجعات النقدية والتوقعات.

٤- معلومات إحصائية (أرقام ودرجات) تتضمن نتائج المباريات ومواقف الفرق الرياضية فى كل الألعاب.

٥- معلومات مركزة ومفصلة عن اللاعبين والمدربين والمديرين، وغيرهم ممن لهم دور فى مختلف أوجه النشاط الرياضى.

٦- مشاركة القراء من خلال الإجابة على أسئلتهم المختلفة وعرض انطباعاتهم وآرائهم.

٧- موضوعات تتوجه لمستهلكى السلع والخدمات ذات الصلة بالنشاط الرياضى كالخيام والأحذية والكرة والملابس الرياضية.

٨- موضوعات ذات طابع خدمى تتعلق بالصحة واللياقة البدنية.

٩- برامج الرياضة فى الراديو والتليفزيون، كجزء من التغطية اليومية، ويضعها البعض داخل عمود صغير يتضمن قائمة بذلك.

١٠- موضوعات أخرى؛ مثل عروض الكتب الرياضية والطب الرياضى.

وأهم فئات الشكل أو الأشكال الصحفية التى تستعمل فى عرض المضمون الرياضى:

١- القصص الإخبارية السريعة القصيرة:

التى تركز على المدخل التفسيرى أو: كيف وماذا ولماذا وماذا يعنى هذا مستقبلا؟ وذلك لأن التليفزيون يروى الحدث كما هو ويتوقع القراء من جريدتهم أن تفسره وتشرحه لهم.

٢- القصص الإخبارية ذات الطابع التمهيدى Advance News Stories:

وتقدم معلومات تمهيدية عن المباريات القادمة، وتوقعات المدربين والمنافسة بين الفرق، وتخمين وتوقع ما سوف يحدث عندما يتبارى خصوم أقوياء، مع التركيز على المدخل التفسيرى أيضا .

٣- موضوعات المعالم:

وتتعامل مع جوانب وأبعاد كثيرة فى المجال الرياضى منها:

- الصور أو الملامح الشخصية.
- قصة فريق.
- لعبة معينة.
- البرامج التدريبية.

- المنافسة بين الفرق.
- جمهور المشاهدين (وتناقش فى هذا الإطار موضوعات مختلفة مثل الروح الرياضية والتعصب).
- قوائم الأرقام والدرجات للفرق المختلفة والدورى والكأس وغير ذلك.
- قصص شاملة لأكثر من جانب.

ويوصى خبراء الصحافة الرياضية ونقادها بالأمور التالية عند إعداد المادة الصحفية المتخصصة المتجمعة لقسم أو ملحق رياضى:

- التركيز على المدخل التفسيرى فى الكتابة لمواجهة تأثيرات التليفزيون.
- إبراز أسماء اللاعبين والمدربين والإداريين والمشرفين والمشجعين كعنصر أساسى فى قارئية القصص الرياضية وبدونها تفقد معناها.
- ربط المادة الرياضية بما يسبقها من أحداث وما يليها.
- موازنة المساحة المخصصة للأحداث الرياضية القومية والمحلية، بما يتناسب مع أرقام توزيع الجريدة فى هذه الأماكن.

ملاحق الأحد (التى تصدر فى شكل مجلة):

Sunday Supplement Magazines

تصدر بعض الجرائد اليومية الأمريكية - وبلغ عددها حوالى ٢٠٠ فى أوائل الثمانينيات - ملاحق مستقلة مطبوعة فى شكل مجلة من قطع نصفى (تابلويد) توزع مع عدد الأحد وتسمى مجلة الأحد.

وقد تطورت فكرة مجلة الأحد هذه فى الثلث الأخير من القرن التاسع عشر وانتشرت على نطاق كبير بعد اتساع نطاق الإعلان القومى، حيث اعتبرها الكثيرون مجلة عامة تعتمد أساساً على تغطية اهتمامات القارئ المتسعة التى تغطيها الجريدة باقتضاب طوال الأسبوع من خلال أبوابها وأركانها

١- النوع الأول: ملاحق المجلة التى يتم تسويقها عن طريق الوكالات وتصدرها شركات أو وكالات متخصصة (بعضها وكالات الأنباء) ويتم توزيعها مع الجرائد بشكل قومى مثل: Tuesday, Family Weekly, Parade.

٢- النوع الثانى: ملاحق المجلة التى تصدرها الجريدة بنفسها وتوزعها كل يوم أحد وتسوق بشكل فورى مثل: The New York Times Magazine التى تصدرها الجريدة وتوزع أكثر من مليون نسخة.

وقد شهدت السبعينيات من القرن الماضى انطلاقة للملاحق التى تتخذ شكل المجلة حيث عادت ثانية لتستعيد ما سبق أن خسرته فى مواجهة منافسة التليفزيون خلال الستينيات، وزادت الصفحات الإعلانية بها فى منتصف السبعينيات لتشكل أكثر من ٨٪ من مساحتها وزاد توزيعها؛ فملحق المجلة Family Weekly كان يوزع فى ٤٨ ولاية مع أكثر من ٣٥٠ جريدة توزيعها الكلى ١٢,٢ مليون نسخة، و Parade يصل إلى ١٠٠ جريدة توزيعها حوالى ٢٠ مليون نسخة، و Tuesday يبلغ توزيعها حوالى ١,٧ مليون نسخة.

ويجمع بين هذه الملاحق أنها تصدر فى قطع المجلة المعروف فى طباعة جيدة وتستعمل الألوان، وتجمع بين فنية الجريدة وفنية المجلة شكلا ومضمونا ، وتركز على شئون الأسرة والمجتمع والألعاب المسلية والفنون التشكيلية وشئون المنزل والملابس والطعام، ويميل معظمها إلى المحافظة على أسلوب المجلة شكلاً ومضموناً وأسلوباً فى التحرير.

ثالثاً- الأشكال الصحفية الخاصة بالتسلية:

تقوم هذه الأشكال بمهمة الجريدة - كوسيلة اتصال - فى التسلية والترفيه والإمتاع والاسترخاء، وقضاء أوقات الفراغ وخلق نوع من الإيقاع الهادئ

١- الكلمات المتقاطعة:

أصبحت من أشكال التسلية المطبوعة العالمية، وأصبحت هناك وكالات متخصصة تبيعها وخبراء يطورونها، فهناك كلمات متقاطعة تعالج موضوعات عامة، وأخرى متخصصة وبعضها يستخدم الصور والرسوم، وبعضها الآخر يستخدم الأرقام.

إنها وسيلة لتثقيف القارئ وإمتاعه ذهنيا وتزويده بمعلومات جديدة، وهناك حوالى ٤٢ مطبوعا دوريا فى الولايات المتحدة متخصص فى هذا الشكل إلى جانب أنه ينشر فى معظم الجرائد.

٢- أبواب الطالع:

وهى من الأبواب التى يرفضها عدد كبير من النقاد وعلماء النفس لأنها تقوم على الحدس والتخمين، وعلوم الفلك والتنجيم، ولكنها منتشرة، ويرى البعض الآخر أنها وسيلة تسلية وترفيه تتيح للقارئ الهروب من متاعبه اليومية وتشمل الأبراج وخطوط الكف.

٣- المسابقات:

وتتضمن كل أنواع المسابقات الفنية والرياضية والثقافية والاجتماعية، من بينها مثلاً صورة حية تلتقط لشخص وسط جمهور حاشد فى مسرح أو مباراة أو مهرجان ثم تقدم جائزة لهذا الشخص فى احتفال جماهيرى، أو مسابقات ملكات الجمال أو فتاة مدينة كذا، أو أى مسابقات من هذا النوع لتحقيق هدفين مزدوجين: تسلية القارئ والترفيه عنه، ثم ربطه بالجريدة وربط الجريدة بمجتمعها القومى - أو المحلى - من خلال القارئ، وهذا هدف ترويجى وتسويقى مهم.

٤- الألعــاب:

وهــى نــوع مــن الرياضــة الذهنــية تــستخدم الرســوم والأشــكال الهندســية، كالمــربعات والدوائــر والمــسدسات والمنحنــيات، واســتغلال بعــض المعــادلات الرياضية المبسطة والقوانين العلمية، لتنشيط ذهن القارئ واختباره فى عمليات هندسية أو رياضية مبسطة مفيدة خاصة للطفل.

٥- الألغــاز:

وهى إما ألغاز معلومات عن أشخاص أو قضايا أو بلاد أو معالم مهمة، أو ألغاز رياضية حسابية.

٦- القصص المسلسلة المرسومة:

وهـى نـوعان: **الأول**: قـصص كومـيدية أو تـراجيدية، وكـل قـصة مـنها لهـا بدايـة ووسط ونهايـة وحدث وشخصيات وعقدة وحل، ولكن التركيز أو أسلوب التعبير الأساسى يكون للصور وتعاونها الكلمة فى شكل شريط متتابع (سيناريو) يـضم صــورا ورسـوما، يـستفيد جـيدا مـن تقنـية سـيناريو الفـيلم الـسينمائى، والمونتاج. **والنوع الثانى:** قصص تعتمد علـى الرسـوم الهزلية الساخرة التـى عـادة ما تتضمن قصصا ساخرة كوميدية أو خيالية يخلقها الرسام وكاتب القصة، ويـتم وضـع انـتقادات لاذعـة وسـاخرة للـسلوك الإنـسانى، وتوصـيل مـضمون أخلاقـى قيمـى تـربوى من خلالها إلى القارئ راشداً كان أو طفلاً، وهكذا تحاول الجريدة سد كل اهتمامات القارئ المرتبطة بفئات السن المختلفة.

رابعا- الأشكال الصحفية المصورة Illustrations:

وتشمل المواد المصورة فى الجريدة الصور الفوتوغرافية بأنواعها المختلفة والرسوم اليدوية التى تجمع الرسوم الساخرة والتعبيرية والتوضيحية.

وإضـافة إلـى الأهمـية التقليدية للمواد المصورة فى الجريدة لكل ما تتميز به من قدرة علـى جذب انتباه القـارئ والتأثير فـى سلوكه واستيعابه، بحكم قدرتها التعبيرية والجمالية واختزالها لكثير من المعانى والمتضمنات الفكرية والصحفية

وقد أظهرت الجرائد اهتماما كبيرا بالمواد المصورة، تمثل فى زيادة عددها والمساحة التى تحتلها، وفى فنية أسلوب تحريرها وإخراجها، واستعمال اللون معها، وتخصيص صفحات أكثر للصور والرسوم، كما زاد استعمال المواد المصورة، خاصة الرسوم التعبيرية المصاحبة لبعض الموضوعات كالجرائم أو الحوادث.

(أ) الصور الفوتوغرافية Photographs:

ويمكن تصنيفها من حيث المضمون، ومن حيث الشكل الذى تظهر به، فمن حيث المضمون تنقسم إلى:

- الصور الإخبارية News Pictures
- صور الموضوعات Feature Pictures
- صور الموضوعات الإخبارية ذات الجانب الإنسانى.
- الصور التى تمثل شخصية محور الموضوع (البورتريه).
- الصور الجمالية والتعبيرية.

ومن حيث الشكل الفنى تنقسم الصور إلى:

- الصور المفردة Single Pictures.
- سلسلة الصور A series.
- المشهد المتعاقب Sequence.

ويمر إنتاج الصور الفوتوغرافية الصحفية بعدة مراحل هى:

١- التكليف بمهمة التصوير، حيث يتوافق تكليف المصور مع المحرر.

٢- الحصول على الصور من المصور أو من مصادر أخرى داخلية أو خارجية.

٣- التحميض (الإظهار ثم التثبيت) والطبع والتجفيف.

٤- تقويم الصور واختيار الصالح منها للنشر بواسطة المصور، أو محرر الصورة Picture editor أو المحرر، أو السكرتير الفنى.

٥- تحرير الصورة Picture editing، أو كتابة الكلام أو التعليق أو الشرح المصاحب لها، ويقوم به المحرر أو محرر الصورة، أو سكرتير التحرير الفنى.

٦- إخراج الصورة Picture Makeup، تحديد موقع الصورة وحجمها والشكل الفنى الذى سوف تظهر به، يدويا أو بالاستعانة ببعض الأدوات.

٧- الإعداد الفنى للماكيت يدوياً أو على الشاشة وتجهيز الصفحة بأكملها (المونتاج).

٨- التصوير وإعداد الأفلام.

٩- تجهيز اللوح الطباعى.

١٠- طباعة الصورة.

(ب) الرسوم اليدوية:

وهى عنصر مهم يستعمل فى الجريدة باضطراد الآن، حتى إن بعض الجرائد مثل جريدة The Wall Street Journal يفضل استخدامها عن استخدام الصور الفوتوغرافية، أو تمزجها بالصور الفوتوغرافية كجرائد أخرى، وقد زاد استعمالها بعد انتشار طباعة الأوفست، وتشمل:

١- الرسوم الساخرة: وهى مجموعة من الرسوم المتميزة بالطرافة، وبالقدرة على جذب انتباه القارئ، ونقل الفكرة إليه، والتعبير عن وجهة نظر بالرسم، مثلما يعبر الكاتب عن وجهة نظره بالحروف والكلمات، ويعتمد الرسام هنا على الإيجاز والتبسيط، وانتقاء صفة بارزة فى الشخصية التى يتحدث عنها لتحقيق هدف مهم وهو: أن يفهم القارئ بنظرة سريعة خاطفة ما يهدف إليه الرسام فى أقصر وقت ممكن وبأقل عدد من الخطوط، فإذا فشل الرسام فى ذلك فقد الرسم صفته الأساسية وميزته، وتشكل الرسوم الساخرة مكونا مهما فى صفحة الرأى فى الجريدة، إلى جانب نشرها فى صفحات أخرى، ولها نوعان أساسيان:

الأول: الكاريكاتير (سبق الحديث عنه).

الثانى: الشرائط الهزلية أو الرسوم المسلسلة الهزلية Comic Strips.

٢- الرسوم التعبيرية Drawing : وهى الرسوم اليدوية التى تصاحب بعض الموضوعات الصحفية كبديل للصور الفوتوغرافية لتحقيق أغراض جمالية وتعبيرية، كتلك الرسوم التى تصاحب القصص والمقالات والتحقيقات الصحفية، إلى جانب الرسوم الثابتة (الموتيفات) التى تميز الأبواب والأركان والصفحات والملاحق الثابتة والمتخصصة.

٣- الرسوم التوضيحية Illustrations : وهدفها المساعدة على عرض بعض الحقائق أو المعلومات أو البيانات المعقدة بشكل بسيط وسهل ومركز ودقيق، يفسرها ويوضحها ويلخصها موفرا المساحة لجزء بسيط من المتن وأهمها:

- **الرسوم البيانية Graphs** قد تكون خطا بيانيا، خريطة بيانية أو أعمدة بيانية مفردة أو مزدوجة لتلخيص الإحصاءات الرقمية المعقدة والمتطورة.
- **المنحنيات Current Charts**، وتصور مدى التقلب فى ظاهرة ما بشكل كمى.
- **الجداول Tables**، قد تكون بسيطة أو تكرارية أو مزدوجة.
- **الخرائط الجغرافية Maps.**
- **البكتوجراف Pictograph**: رسم بيانى يتم فيه مزج الصور والرسوم بالخطوط البيانية، أو الأعمدة للتعبير عن مواقف أو أماكن أو علاقات تسمح بالمقارنة، مستغلا تقنيات: الفوتومونتاج Photomontage أى تركيب صورة على صورة أو عدة صور وكذلك التروكاج Trucage أو تركيب صور على رسم، أو العكس.
- **الدوائر المقسمة إلى قطاعات Sector Charts.**

خامسا- الأشكال التى تعرض المواد الإعلانية:

يشكل الإعلان نسبة كبيرة من مساحة الصحيفة تصل إلى حوالى ٦٠٪ أحيانا ويشكل حوالى ٧٠٪ من دخلها، ويؤدى الإعلان ثلاثة أدوار مهمة بالنسبة للجريدة والقارئ.

الدور الإعلامى: بتوفير معلومات عن سلع أو خدمات أو أفكار جديدة قد يكون القارئ فى حاجة إليها.

الدور التمويلى: وهو توفير دخل أو عائد يسهم - بشكل أساسى - فى تمويل الجريدة.

الدور التسويقى: وهو المساهمة فى زيادة الطلب على السلعة أو الخدمة أو أى شىء يعلن عنه باعتبار أن الإعلان هو جزء من المزيج الترويجى الذى هو جزء من المزيج التسويقى للمشروع.

وتأخذ المواد الإعلانية Advertisements فى الجريدة الأشكال التالية:

١- إعلان المساحة Display advertising :

وينشر على هيئة تصميم محدد الشكل، أو داخل إطار أو برواز يميزه، ويضم صورا أو رسوما أو كليهما، إلى جانب عنوان رئيسى وبعض العناوين الفرعية والمتن القليل، ويتبع فى إخراجه وتصميمه أسلوب إخراج الملصق.

٢- الإعلانات المبوبة Classified advertising :

ويظهر داخل صفحات متخصصة، وثابتة، وفى أماكن مخصصة له، محددة الموضوع تحت عناوين شبه ثابتة ومميزة، وعادة ما يجمع من حروف صغيرة ليستوعب أكبر عدد منها، وفى العادة يسعى القارئ إليه ليفيده فى حل مشكلة معينة كشراء سيارة أو بيعها أو عرض عقارات للبيع أو طلب وظائف أو بيع بيوت أو تأجير شقق وبيعها.

٣- الإعلان التحريرى Editorial advertising :

ويتخذ المضمون الإعلانى فى هذا النوع الأشكال الصحفية التقليدية، كالخبر والحديث، والتحقيق، المقال، الصور، الرسوم، بحيث لا يبدو لأول وهلة أنه إعلان، وعادة ما يوضع بجانب المادة التحريرية التى تقدمها الجريدة، بهدف التغلب على شك بعض القراء وريبتهم فى الإعلان بشكله التقليدى، ولكن أغلب من يستخدم الإعلانات التحريرية يحيطها بإطار مميز عادة ما يستعمل مع الإعلانات، أو يوضع فوقها ما يميزها كإعلان مثل: موضوع إعلانى، موضوع ممول، موضوع تسجيلى، بيان من ...

٤- قسم الإعلانات Advertising Section :

وهو عبارة عن قسم من الجريدة، يتكون من صفحة أو اثنتين أو أكثر، له مضمون إعلانى معين حول دولة ما، أو صناعة، أو مؤسسة، ويستخدم الأشكال

٥- ملحق إعلانى Advertising Supplement:

ويضـم عـدداً من الصـفحـات التى تعالج موضوعاً إعلانياً مميزاً، ويستخـدم كـافـة الأشكال الإعـلانـية، وتـتعاون فـى تنفيذه هـيـئـة تحـريـر الجــريدة وإدارة الإعـلان بهـا وفـى العـادة يكـون هـذا الملحـق معـداً للـتوزيع المجانـى مـع الجـريدة ولافتتها وشعارها المميز، ويأخذ شـكـلاً من الأشكال الثلاثة التالية:

١- ملحـق مطـبوع مـن ورق الجـريدة نفـسها وحجمهـا، وأسـلوب الجمـع والطباعة واحد ويحمل الملامح التيبوغرافية العامة لها نفسها.

٢- ملحـق مطـبوع مـن نـوع أجـود مـن ورق الجـريدة، وفـى حجـم أو قطـع مختلف عن الجريدة.

٣- ملحق مطبوع فى شكل مجلة.

ويطلـق البعض على الأقسام الخاصـة، والملاحق الإعلانية، وبعض الأعداد الخاصـة التـى تصدرها جريدة فـى شكل مجلة، اسم الإعلانات المجمعة، التـى لا تنشر - عـادة - تنفيذا لحملـة إعلانـية يقوم المعلن بتخطيطها، وإنما تنظمها إدارة الإعـلان مـستغلة مناسـبة معيـنة أو فكـرة أو حـدث مـا، وتجمـع حـوله عـدداً مـن المعلنين الذين يشترون مساحة إعلانية تكون كافية من وجهة النظر الاقتصادية لتنفيذ الفكرة.

سادسًا - الأشكال الصحفية التى تعرض مواد أخرى:

وهـى لا تـندرج تحـت الأشـكال الـصحفية التـى سـبق الـحديث عـنها بحكـم طبيعتها الخاصـة، وهـى لا تحمـل فـى العـادة مـادة صـحفية - وهـى علـى سـبيل المثال - لا الحصر:

١- أشكال تعطى معلومات عن الجريدة:

مثل اسم الجريدة، وعنوانها، واسم رئيس التحرير وبعض البيانات الإدارية عنها مثل: أسعار الإعلانات، أسعار الاشتراكات، أماكن الطبع، مكاتب الإدارة، مكاتب التحرير، مكاتب التوزيع، رقم العدد، السنة، التاريخ، شعار الجريدة، رقم الصفحة، اسم الباب أو الركن أو الملحق.

٢- بيانات وإعلانات خاصة بالجريدة وبالمؤسسة الصحفية التى تصدر عنها:

أحيانا تنشر الجريدة أو المؤسسة الصحفية التى تصدرها بعض الإعلانات، أو البيانات عن تطويرات جديدة ستقوم بها، مثل إصدار طبعة محلية جديدة، أو دولية أو زيادة عدد الصفحات، انضمام كاتب جديد، تجديد المطبعة، نشر كتاب جديد، أو إعلانات عن حاجتها إلى محررين أو خطاطين أو عمال مثلا، أو مناقصات، أو مزايدات، أو إصدارات جديدة للمؤسسة.

٣- مواد الحشو أو ملء الفراغ Fillers:

وتضم هذه المواد تعليقات ِحكمًا وأمثالا ورسائل من قراء، أو أخبارا قصيرة ومتخصصة من الممكن تأجيلها، وتجمع فى حروف واتساع مناسب لصفحات الجريدة، ويستعان بها عند حدوث أى نقص فى المادة المنشورة على صفحات الجريدة، وهناك الآن وكالات متطورة فى الولايات المتحدة تزود مشتركيها - من الجرائد والمقالات - بمواد الحشو عند الحاجة.

ملخص الوحدة السابعة



تناولت هذه الوحدة بعض الأشكال الصحفية الأخرى غير الأشكال الإخبارية والتفسيرية والاستقصائية ومواد الرأى، حيث عرضت للأشكال الصحفية التى تعرض المواد الخاصة بالخدمات والتى تأخذ عدة أشكال هى: كيف تصنعها How to do it، لقد صنعوها وأنت تستطيع They did it and you can، قصة إخبارية مباشرة، الموضوع الصحفى Feature، القوائم Lists.

كما تناقش الوحدة الأشكال الصحفية المتخصصة المجمعة (الملحق) القسم الصحفة، الركن الثابت المتخصص، الباب الثابت المتخصص، وتقدم الوحدة نموذجاً للأقسام المتخصصة وهو الخاص بالأقسام والملاحق الرياضية المتخصصة وتسلط الوحدة الضوء على ملاحق الأحد التى تصدر فى شكل مجلة Supplement Magazines.

وعرضت الوحدة أيضا للأشكال الصحفية الخاصة بالتسلية (الكلمات المتقاطعة، أبواب الطالع، المسابقات، الألعاب، الألغاز، القصص المسلسلة المرسومة. كما تتناول الأشكال الصحفية المصورة Illustrations وتشمل الصور الفوتوغرافية، الرسوم اليدوية (الرسوم الساخرة، الرسوم التعبيرية، الرسوم التوضيحية).

بالإضافة إلى الأشكال التى تعرض المواد الإعلانية (إعلان المساحة، الإعلانات المبوبة، الإعلان التحريرى، قسم الإعلانات، ملحق إعلانى، ملحق مطبوع فى شكل مجلة).

وتختتم الوحدة بعض الأشكال الأخرى كتلك التى تعطى معلومات عن الجريدة أو بيانات وإعلانات خاصة بالجريدة أو المؤسسة الصحفية التى تصدر عنها، ومواد الحشو أو ملء الفراغ Fillers.

أسئلة على الوحدة السابعة

س١ وضح المقصود بكل شكل من الأشكال الصحفية، وقدم نموذجاً عملياً تطبيقياً لمادة صحفية تصلح أن تقدم من خلال كل شكل منها:

(أ) كيف تصنعها كشكل من أشكال مواد الخدمات.

(ب) القوائم Lists.

(جـ) القصص الإخبارية الرياضية ذات الطابع التمهيدى.

(د) ملحق الأحد.

(هـ) الرسوم التوضيحية.

(و) مواد الحشو Fillers.

س٢ اكتب تقارير علمية حول الموضوعات التالية:

(أ) الدوائر الخمس المتداخلة التى يقدم من خلالها المضمون الصحفى المتخصص المجمع.

(ب) القوالب الصحفية لمعالجة المضمون الرياضى.

(جـ) الصور الفوتوغرافية.

(د) الإعلان التحريرى.

(هـ) الأشكال الصحفية التى تقدم من خلالها مواد الخدمات.

س٣ صحح العبارات التالية:

(أ) يعرض الموضوع الصحفى Feature كشكل من أشكال مواد الخدمات نشاطا لشخص أو لجماعة مع الإيحاء للقارئ بأنه يستطيع ممارسة هذا النشاط وتطبيقه ببساطة.

(ب) يضم الملحق Supplement أركاناً أو أبواباً متخصصة تعالج مضمونا واحدا .

(جـ) القصص المسلسلة المرسومة هى نوع من الرياضة الذهنية تستخدم الرسوم والأشكال الهندسية كالمربعات والمنحنيات.

(د) الرسوم الساخرة هدفها المساعدة فى عرض بعض الحقائق أو المعلومات أو البيانات المعقدة بشكل بسيط وسهل ومركز ودقيق ويلخصها موفراً المساحة لجزء من المتن.

(هـ) الإعلانات المبوبة هى قسم من الجريدة يتكون من صفحة أو اثنتين يقدم خلالهما مضموناً إعلانياً حول دولة ما أو صناعة أو مؤسسة.

أنشطة يقوم بها الدارس

١- حلل الأشكال الصحفية التى تقدم مواد الخدمات فى جريدة يومية (كالأخبار أو الجمهورية) وجريدة أسبوعية (كأخبار اليوم أو الأسبوع أو صوت الأمة) موضحا أوجه التشابه وأوجه الاختلاف.

٢- تابع صحيفتك اليومية التى تقرأها لمدة أسبوع موضحا أسلوب تقديمها للمواد الصحفية المتخصصة والأشكال الصحفية التى تستخدم لهذا الغرض (أبواب، أركان، صفحات، ملاحق داخل العدد أو خارجه) ونوعية المضامين التى تركز عليها.

٣- قارن الأشكال الصحفية التى تقدم من خلالها بعض الصحف اليومية المضمون الرياضى من خلال تحليلك لهذه الصحف لمدة أسبوع.

مراجع للاستزادة حول الوحدة السابعة

١- ليلى عبد المجيد ومحمود علم الدين، ***فن التحرير الصحفى***: المفاهيم والأدوات، د. ن، القاهرة، يناير ١٩٩٥ .

٢- ليلى عبد المجيد ومحمود علم الدين، ***فن التحرير الصحفى للجرائد والمجلات***، دار السحاب، القاهرة، ٢٠٠٤.

٣- إجلال خليفة: ***اتجاهات حديثة فى فن التحرير الصحفى، جداول*** د. ن، دار الهنا للطباعة، القاهرة، ط أولى، ١٩٧٢.

٤- إبراهيم إمام: ***دراسات فى الفن الصحفى***، مكتبة الأنجلو، القاهرة ١٩٧٢.

٥ جلال الدين الحمامصى، ***الصحيفة المثالية***، دار المعارف، القاهرة ١٩٧٢.

٦- فاروق أبو زيد، ***فن الكتابة الصحفية، ط٣*** ، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٨٥.

٧- جون هومبنرج، ***الصحفى المحترف*** (ترجمة كمال عبد الرؤوف) ط ٥، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٠.

8- Paul N. Williams, ***Investigative Reporting and Editing***, New Jersy, Prentice - Hall, Inc., 1978.

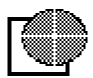
9- Mac Dougal, Curtis: ***Interpretative Reporting***, 8th edition, Macmillan Publishing Co, New York, London, 1982.

10- Wain Waight, David: ***Journalism, Alter and Seber***, London, 1972.

11- Rivers, William, L., ***Mass Media Reporting, Editing and Writing***, Stanford University, Universal Book Stall, U.S.A., 1975.

الجزء الثالث

تحـرير المجلـة



الوحدة الثامنة

تحرير المجلة كعملية اتصال بالجماهير

الأهداف :

بعد دراسة هذه الوحدة، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن:

١- يشرح عملية تحرير المجلة كعملية اتصال متكاملة.

٢- يحلل عملية التحرير بكل أطرافها لمجلة عامة قد يلتحق للعمل بها.

٣- يتعرف على شروط ومتطلبات نجاح المجلة العامة.

٤- يفهم تكوين الجهاز التحريرى للمجلة العامة ووظائفه.

٥- يحدد سمات قراء المجلة التى قد يلتحق للعمل بها.

العناصر :

١- تحرير المجلة كعملية اتصال متكاملة.

٢- أطراف عملية تحرير المجلة:

* المضمون: ماذا قالت المجلة؟
* المرسل: من قال؟
* الجمهور: لمن؟
* الشكل: كيف قيل؟

٣- شروط نجاح رسالة المجلة.

٤- الجهاز التحريرى للمجلة العامة: التكوين والوظائف.

٥- قارئ المجلة: أنواعه، بحوث القراء.

٦- ملخص .

٧- أسئلة .

٨- أنشطة .

٩- مراجع .

الوحدة الثامنة

تحرير المجلة كعملية اتصال بالجماهير

إذا كان تحرير المجلة - فى جوهره - هو تحويل المادة المكتوبة والمصورة والمرسومة، إلى شكل صحفى يناسب قراء المجلة، وهو جزء من الفن الصحفى فى المجلة، فإن تحرير المجلة - فى مفهومه الشامل ومن وجهة نظر اتصالية - هو عملية اتصال بالجماهير متكاملة الأطراف: يقوم فيها المرسل وهو هنا (المحرر أو أى فرد من أفراد جهاز التحرير وحتى أحدث محرر فيها)، بتوصيل مضمون أو توجيه رسالة واقعية أو خيالية أو الاثنين معا عن طريق وسيلة أو قناة معينة هى الأشكال أو القوالب الصحفية المختلفة (الخبر - المقال - الحديث - التحقيق... إلخ) إلى مستقبل أو جمهور (هو قراء المجلة)، لتحقيق هدف معين (هو رسالة المجلة أو غرضها من الصدور والتى تحددها صيغة المجلة وسياستها التحريرية التى تم الاستقرار عليها عند التخطيط للإصدار).

أى أننا فى النهاية يمكننا القول: إن تحرير المجلة هو عملية اتصال بالجماهير عن طريق الكلمة، عبر صفحات المجلة، تهدف إلى تنفيذ القرارات التى اتخذها المخطط لإصدار المجلة على المستوى التحريرى، بحيث تتفق مع صيغة المجلة، وتعبر عن سياسة تحريرها الأساسية.

ومن هنا سنعالج عملية تحرير المجلة من خلال دراسة أطرافها الأربعة الرئيسية:

١- المضمون: أو ماذا قالت المجلة؟

٢- المرسل: أو من قال ذلك؟

٣- المستقبل أو الجمهور: أو لمن؟

٤- الشكل: كيف قيل؟

١- مضمون المجلة

الرسالة Message فى عملية تحرير المجلة، هى المضمون الفكرى الذى تحمله المجلة، ويشمل ذلك المضمون الرسائل والأفكار والمعلومات والمفاهيم الواقعية التى تتم من خلال الأشكال الصحفية المختلفة الافتتاحية - الموضوع - العمود - الخبر - التحقيق - الحديث - المواد المصورة - أشياء أخرى)، وغير الواقعية أو الخيالية التى تحملها الأشكال الأدبية المختلفة (القصة - الشعر - الزجل - المقال الأدبى - الخواطر - التأملات - الروايات الطويلة)، وتوجهها إلى القارئ.

والمضمون فى المجلة: هو التعبير الفكرى عن سياسة المجلة التحريرية وصيغتها الأساسية وهدفها من الصدور والذى يتم ترجمته فى شكل قرارات تتخذ على المستوى التحريرى.

يختلف المضمون حسب نوع المجلة وغرضها؛ فالمجلة المتخصصة - على سبيل المثال- تحمل مضموناً متخصصاً، والمجلة الزراعية تحمل مضموناً متخصصاً زراعيا، والعمالية تحمل مضمونا يتعلق بالتخصص نفسه... إلخ.

أما المجلة العامة فيتنوع المضمون فيها، حيث تقدم مضامين متنوعة تحقق أهداف المجلة، فنجد مضموناً يهدف إلى الإعلام وآخر إلى التفسير والتحليل، وثالثا إلى النقد، ورابعا إلى التسلية وخامسا إلى الإبداع وسادسا إلى التسويق أو الترويج وهو المضمون الإعلانى.

وعند تحليل مضمون مجلة عامة مثل (بارى ماتش) الفرنسية Paris Mach نجدها تشمل: المضمون السياسى الداخلى والخارجى، والاقتصادى، والعسكرى، والاجتماعى، والمضمون المنوع الذى يضم داخله: المجتمع وأسلوب الحياة، المرأة والموضة، الرياضة، التسلية، الطرائف، الألغاز، والمسابقات، الأدب، الخواطر والتأملات، العقيدة، الفن، سينما ومسرح وموسيقى وإذاعة وتليفزيون وفن تشكيلى، وعلوم، وطب، وبيئة، وكتب، وكذلك المضمون الإعلانى.

ولكى يضمن المرسل (المحرر) فى المجلة نجاح رسالته من خلال المضمون الذى يقدمه ويحصل على رد فعل جيد وطيب من المستقبل (الجمهور)، عليه مراعاة الشروط الثلاثة الآتية وهو يعد رسالته:

١- أن يصمم الرسالة بحيث تجذب انتباه المستقبل، لأنه من الصعب نجاح عملية التفاهم إذا كان المستقبل غير منتبه إلى الرسالة، وهذا يستدعى مراعاة مدى حاجة المستقبل (القارئ) إلى موضوع الرسالة، وصياغة الرسالة بحيث تحتوى على مثيرات تضمن استمرار جذب انتباه المستقبل وتشوقه لمتابعة الرسالة، مع الحرص على اختيار الوقت المناسب لعرض هذا المضمون.

٢- صياغة الرسالة أو تحريرها بحيث تناسب المستقبل فلا يستعمل إلا اللغة والرموز التى يفهمها هذا المستقبل.

٣- أن تثير الرسالة فى المستقبل شعوراً بحاجته إلى موضوعها، وأن تقترح طرقا لسد هذه الحاجة بحيث تناسب الظروف المحيطة به.

ويمكن الحكم على مضمون مجلة ما بالنجاح أو الفشل من خلال:

١- مدى اتفاقه مع سياسة تحرير المجلة وهدفها من الصدور.

٢- التوازن بين مختلف فئاته خاصة فى المجلة العامة، فحينما تطغى فئة من فئات المضمون على فئة أخرى يفقد المضمون عموميته، ويختل التوازن.

٣- إمكانية فهمه وإدراكه، بوضوح، من قبل القراء، والمعيار هنا هو القارئ المتوسط الثقافة.

٤- التنوع فى الموضوعات، وكذلك فى أسلوب المعالجة.

٢- المرسـل أو محـرر المجـلة

المرسل، أو القائم بالاتصال Communicator, sender، فى عملية الاتصال هـو الهيـئة أو الفـرد الـذى يـود التأثيـر فـى الآخـرين ليـشاركوه فـى أفكـار أو إحـساسات أو اتجاهـات معيـنة كالمفكـرين والفلاسـفة والمدرسـين والمرشـدين الاجتماعيين ورجال الإعلام، وقد تكون هذه الأفكار أو الإحساسات من ابتكار المرسل نفسه كما يفعل المفكرون والفلاسفة عندما ينشرون بأنفسهم أفكارهم على الناس بالخطابة أو بالكتابة، أو من ابتكار غيره كالمدرس الذى يدرس لتلاميذه الحقائق العلمية التى توصل إليها مختلف العلماء، أو ناقلا لها من الغير مثل مذيع نشرة الأخبار فى الإذاعة.

ووظيفة المرسل الأساسية هى أن ينشئ الرسالة ثم يصيغها فى كلمات أو حركات أو إشارات أو صور لكى ينقلها للآخرين.

والمرسـل فـى المجلـة هـو ذلـك الـشخص الـذى يقـوم بـتحويل القـرارات التحريرية الفنية الأساسية - التـى اتخذها المخطط لإصدار المجلـة - إلـى واقع عملـى يخـرج فـى الـنهاية بنسخة المجلـة المطـبوعة، فهـو المـسئول عـن إعداد المضمون الصحفى (الرسالة) الذى تنوى الوسيلة (المجلة) توصيلها إلى قارئها لتحقيق أهداف تحددت فى السياسة التحريرية للمجلة.

وهو ببساطة محرر موضوعات المجلـة التـى تـصل مـن مـصادر داخلـية ومصادر خارجية ومصورها ومخرجها، ويمكن تقسيم المصادر التـى تحصل من خلالها المجلة على موادها إلى:

المـصادر الداخلـية: وهـم ناشـرو المجلـة ، ورؤسـاء التحريـر ومعاونـوه، وكـتابها، وأعـضاء جهـاز التحريـرى، المـصورون، الرسـامون، المراسـلون، المستشارون، والمعلنون ممن يعملون داخل المجلة، ويسمون بمحررى المجلة، أو أعضاء الجهاز التحريرى.

المصادر الخارجية: وهم الكتاب الأحرار (المصاحفون)، والمصورون، والرسامون، الوكالات المختلفة، القراء، مكاتب الإعلانات، المصادر الإعلانية الأخرى، مكاتب الخرائط والرسوم، ومجلات أخرى يعاد نشر بعض موادها، الجرائد الأخرى، الكتب ووكلاء الكتب، مصادر أخرى منوعة.

وعند الحديث عن المرسل فى المجلة نبدأ بالمحرر أو عضو جهاز تحرير المجلة Staff Member، ثم الكاتب الحر الخارجى أو المُصَاحِف Freelancer حيث تتميز المجلة عن الجريدة بأنها تعتمد فى الحصول على المادة التحريرية على كتاب من الخارج أو محررين: سواء أكانوا محررين فى مجلات أو جرائد أخرى، أو يعملون فى وكالات للأنباء، أو موظفين أو ربات بيوت، يقضون وقت فراغهم فى الكتابة للمجلة، وذلك يعود إلى طبيعة المضمون الذى تحمله المجلة - خاصة المجلة العامة – وهو ما لا تستطيع هيئة تحرير المجلة القيام به وحدها .

المحرر فى المجلة

جهاز التحرير- التكوين والوظائف

"المحرر" فى المجلة لفظ أو مصطلح صحفى يطلق على عضو الجهاز التحريرى Staff Member (أو هيئة التحرير)، وقد يكون هذا المحرر رئيسا للتحرير، أو مراجعا ، أو سكرتيرا للتحرير، أو مندوبا إخبارياً، أو مشرفاً فنياً، أو مخرجاً صحفياً، وهناك اتجاهان فى تأهيل محرر المجلة وأسلوب إعداده للعمل الصحفى:

الأول: يرى أن محرر المجلة ينبغى أن يبدأ عمله فى جريدة يومية، ثم جريدة أسبوعية عامة، حتى يستوعب العمل الإخبارى، ثم ينتقل بعد ذلك إلى العمل فى المجلة، لأن عمله فى مجلة من البداية قد يفقده الحس الإخبارى.

والثانـى: يرى أن محـرر المجلـة ينبغى أن يبدأ فى المجلة، ولا يكتفى بالعمل فى قسم التحرير فقط، بل فـى إدارات التوزيع والإعلان والمطابع والإدارة العامة حتى يكتسـب خبـرة ويفهم كيف يدور العمل فى المجلة.

ويتوقف حجم محررى المجلـة، أو عدد العاملين فـى جهازهـا التحريـرى، وتنوع اختصاصاتهم علـى نـوع المجلـة وتخصصـها وكـذلك دوريـة صـدورها وهناك قاعدة صحفية أصبحت بديهية الآن فـى عـالم المجلـة تقـول: إن "هنـاك تناسبا عكسيا بين عدد المحررين ودرجة تخصص المجلة، فكلما اتجهت المجلة إلـى التخصص، قل عدد محرريها من أعضاء الجهـاز التحريـرى، وزاد عـدد الكـتاب الخارجيـين (الأحـرار أو المـصاحفين)، وكلمـا اتجهـت المجلـة إلـى المضمون العام زاد عدد محرريها، وقل عدد الكتاب الخارجيين الـذين تعتمد عليهم كمصادر للمواد التحريرية فيها.

فمجلة العربى(*) الكويتية على سبيل المثال كمجلة شبه عامة تعتمد على مزيج من مقالات واستطلاعات وأبواب ثابتة لمحرريها وكتابها، ومساهمات المصاحفين من الخارج، لذلك نجد جهازها التحريرى يتكون من عدة أفراد هم: رئيس التحرير، ونائبه، المشرف الفنى، سكرتير التحرير، مدير التحرير، وثلاثة محررين، وبعض المصورين التابعين لوزارة الإعلام الكويتية التى تصدر المجلة.

أمـا الطـبعة العـربية مـن الـ Reader's Digest(**) التـى كانـت تـصدر فـى الماضـى عـن دار أخـبار الـيوم فيـضم جهازهـا التحريـرى: رئـيس التحرير (الطبعة العربية)، وسكرتيرا للتحرير وسكرتيرة إدارية، ومترجمين من الخارج، بحكم اعتمادها على المترجمات.

(*) العربـى: مجلـة شـهرية ثقافية عامـة صـدرت عن وزارة الإعـلام الكويتية سنة ١٩٦٠، وكان المرحوم الدكتور أحمد زكى أول رئيس لتحريرها.

(**) الطبعة العربية: كانت تصدر باسم المختار من الريدارز دايجست، منذ الحرب العالمية الثانية عـام ١٩٣٩ حتـى ١٩٦٧ وتولـى رئاسـة تحـريرها فؤاد صروف، ثم محمد زكى عبد القادر، وأخيراً كمال عبد الرؤوف.

ومجلة "صباح الخير"(*) المصرية، مجلة عامة تتوجه للشباب أساسا، نجد جهازها التحريرى يضم رئيسا للتحرير ومديرا للتحرير، ومشرفا فنيا ، ومستشارا فنيا ، وسكرتيرا وعشرات المحررين والمندوبين والمراجعين.

ودورية شديدة التخصص مثل Journalism-Quarterly يضم جهازها التحريرى عدة أشخاص هم: رئيس التحرير، ورئيس التحرير المساعد، ومحررو الأقسام الأربعة، ومهمتهم تجهيز المقالات والبحوث وعرض الكتب التى يعدها كتاب من الخارج (مصاحفون)، ولها مجلس استشارى من ٣٠ عضوا .

ومجلة أدبية مثل Kenyon-Review يضم جهازها التحريرى ثلاثة أفراد هم: رئيس التحرير، ومدير التحرير، ونائب رئيس التحرير.

ومجلة شبه متخصصة فى الشئون الهندسية هى Weastes-Engineering يضم جهازها التحريرى عشرة أفراد فقط هم رئيس التحرير، ومستشاره، ومدير التحرير، ومساعد لرئيس التحرير، وستة محررين، ومجلس استشارى من ١٨ عضوا .

الجهاز التحريرى للمجلة العامة:

يضم الجهاز التحريرى للمجلة العامة عدداً كبيراً من المحررين، بحكم اعتمادها الأساسى عليهم فى إعداد مواد المجلة المختلفة، إلى جانب استكتاب بعض المصاحفين. وفى العادة يضم هذا الجهاز فى داخله: رئيسا للتحرير، ومجموعة من معاونى رئيس التحرير ومساعديه ونوابه قد يكونون (مدير التحرير - مساعد رئيس التحرير - نائب رئيس التحرير - رئيس التحرير التنفيذى - رئيس التحرير المساعد - رئيس تحرير الطبعة الخارجية) وتختلف تسميتهم من مجلة إلى أخرى، وكذلك عددهم، ومشرفاً فنياً، وسكرتيرا

(*) صباح الخير: مجلة أسبوعية مصرية عامة تتوجه إلى الشباب صدرت عام ١٩٥٦ عن دار روزاليوسف، ويرأس تحريرها الآن رشاد كامل.

رئيس التحرير:

هو المسئول الأول عن تحرير المجلة، والشخصية المركزية، والقوة النشطة، فى جهازها التحريرى، البعض يصفه بأنه مدير، قائد، كابتن، سيد، كل تقاليد الرئاسة تسكن معه، وقد يكسب رئيس قسم الإعلان أكثر منه بكثير، ولكنه لا يملك مكانته واحترامه كرئيس لجهاز التحرير، والشخص الوحيد الذى يعلوه فى الدرجة داخل المجلة هو مالكها أو ناشرها The Publisher.

نظرة إلى تاريخ المجلة فى العالم، نجد أن كل مجلة - عكس الجريدة - ترتبط باسم رئيس تحرير ناجح وبارز.

فمجلة The-Outlook الأمريكية ترتبط بـ أ. بوث، و Mercury تعرف باسم مينشين لاود، وLadies-Home-Journal باسم إدوارد بوك وMoolure سميت باسم صاحبها ورئيس تحريرها مايك كلور، وThe-Nation ترتبط بالأمريكيين وويلورد، وThe Post ترتبط باسم لوريمر، وHarper's باسم بادنا ولما شناير، وTime هنرى ر. روسى، وMocall's بهربرت ر. مايز، و Vanity Fair بفرانك كرونيشيلد.

كان هؤلاء من ألمع رؤساء التحرير فى المجلات الأمريكية فى بداياتها الأولى، وكانوا شخصيات عامة، بارزة، كتابا، أدباء، قصاصين، نقادا، شعراء، وفى مصر نجد "روضة المدارس" ترتبط برفاعة رافع الطهطاوى، و"يعسوب الطب" بعلى البقلى، و"الرسالة" باسم أحمد حسن الزيات، و"أبو للو" باسم أحمد زكى أبو شادى، وبمرور الوقت تختفى الشخصية العامة لرئيس

Harper's، وأوزبورن ألبرت رئيس تحرير Newsweek ، ودى ويت والاس وليلا أسيشون مؤسسا مجلة The Reader's Digest ولواد "هـ" نيكولس رئيس تحرير Good House Keeping.

وفى مصر: ارتبطت اللطائف المصورة باسكندر مكاريوس، والكشكول بسليمان فوزى، وروز اليوسف بالسيدة فاطمة اليوسف ومحمد التابعى، والمصور بفكرى أباظة، والهلال بجرجى زيدان، و"آخر ساعة" و"الجيل" و"هى": بعلى ومصطفى أمين، و"حواء" بأمينة السعيد، و"الفكر المعاصر" بالدكتور زكى نجيب محمود، و"الطليعة" بلطفى الخولى، و"أكتوبر" ارتبطت باسم رئيس تحريرها الأول أنيس منصور.

ومع تطور نوعية رئيس التحرير، من أديب وكاتب أو شاعر أو قصاص كان يتولى فى الماضى كتابة معظم صفحات المجلة، ويديرها، بحكم قلة عدد المحررين واهتمامات القراء المحدودة والتوزيع المتواضع، إلى شخص مسئول عن توجيه المجلة وإدارتها، ذى مسئوليات كثيرة لم تعد تعطى له الفرصة ليكتب كثيرا كما كان يحدث فى الماضى، بل أصبحت مهمته الآن أن يدع الآخرين يحررون ويوجههم لذلك ويراقب أسلوب التنفيذ، لم يعد رئيس التحرير مجرد كاتب، بل أصبح مزيجا من منفذ للتحرير، ورجل أعمال، وفنان طباعى، وخبير إدارة.

وظائف رئيس التحرير:

تتنوع وفقا لحجم المجلة، وعدد محرريها، وتوزيعها، فالمجلة الصغيرة يقوم رئيس تحريرها بمعظم مسئوليات إدارة الجهاز التحريرى ولا يحتاج إلى

الوظيفة الأولى - اقتصادية : وتبدو فى تحكمه فى أسلوب شراء مقالات المصاحفين، وأعمال المصورين أو الرسامين، والتعاقد مع الوكالات، وتقرير المكافآت والمرتبات والخصومات والجزاءات، ويحدد عدد النسخ المطبوعة، ويستشار فى رفع سعر الإعلان، أو زيادة الاشتراكات.

الوظيفة الثانية - تتعلق بالرأى العام: وتتعلق بتحليل اتجاهات الرأى العام نحو مجلته: رأى القراء والمنافسين والمسئولين ورؤساء التحرير الآخرين، وأخطر ما يشرف عليه ويديره ويطلع عليه باستمرار هو تقارير بحوث أو استطلاعات الرأى العام ، ورسائل القراء الخاصة به، أو التى ترد إلى المجلة، كأنها تقارير إنتاج يتلقاها مدير أحد المصانع.

الوظيفة الثالثة - التوجيه فى النواحى الفنية الصحفية : وتبدأ مع تقرير أو تنفيذ صيغتها أو نمطها، فيقترح أفكار الموضوعات المكتوبة أو المصورة، وقد يقترح أيضا أساليب المعالجة، إن لم يأمر بها، ويحدد بمفرده أو مع آخرين السياسة التى سوف تتبعها المجلة فى المسائل العامة، ثم يشرف بعد ذلك على العمليات الفنية الأخرى فى المجلة، وكلما كانت المجلة كبيرة، قلت العمليات الفنية التى يؤديها رئيس التحرير أو يشارك فيها (إلا إذا كان من النوع الدكتاتورى الذى يفرض شخصيته على العاملين معه أو يحتفظ لنفسه بالصفحات المهمة).

وهذه العمليات أو النواحى الفنية تشمل: تحرير الموضوعات، تحديد شكل الصور وأسلوب إخراجها، وكتابة التعليق أو الكلام المصاحب لها، الموافقة على تبويب المجلة ووضع الجدول الزمنى للتنفيذ، وتصميم المجلة، ورسم الماكيت، وقراءة البروفات، والموافقة على بروفة المطبعة الأخيرة.

الوظيفة الرابعة- الكتابة: وهذه الوظيفة تختلف حسب حجم المجلة وعدد محرريها، ففى المجلة الصغيرة قد يكتب عمودًا شخصيًا وأكثر من موضوع، ويرد على رسائل القراء .

أما فى المجلة الجماهيرية العامة الكبيرة: فقد يكتب الافتتاحية، أو يضع خطوطها العامة ليكتبها غيره ويراجعها.

وإلى جانب الكتابة فى المجلة، يكتب عنها أيضا من ذلك: كتابة خطابات الترويج إلى المعلنين، النص الإعلانى الذى سيظهر عن عددها الجديد، والمقالات التى تنشر عنها فى المطبوعات المهنية، مقالات وقصص إخبارية عن الموضوعات غير العادية التى حققت المجلة فيها سبقا على غيرها وكيف تم هذا؟ وعن التغييرات الجديدة التى ستحدث فى المجلة.

الوظيفة الخامسة- العلاقات العامة: وتتعلق بالدور الذى يلعبه رئيس تحرير المجلة فى تطوير صورة المجلة وتحسينها أمام الرأى العام: وتبدأ بالتفاوض مع الكتاب الخارجيين (المصاحفين)، والاشتراك فى أوجه النشاط العامة والمهنية ، فرؤساء التحرير الآن يظهرون فى المؤتمرات العامة، ويلقون خطبا فى تجمعات جماهيرية، وهم أعضاء فى لجان كثيرة، أو جمعيات أو اتحادات تتصل بتخصص مجلاتهم وبذلك يعطون صورة ذهنية جيدة عن مجلتهم من خلال الصورة التى تتكون عنهم(*).

وهناك نوعان من رؤساء التحرير:

النوع الأول: يرى فى فرض شخصيته على العاملين معه الوسيلة التى تضمن سلامة العمل، ويرى الأستاذ جلال الدين الحمامصى أن هذا "قد يكون

(*) من النماذج المصرية المعاصرة البارزة لرؤساء التحرير الناجحين فى صحافة المجلة – الراحل صلاح جلال الذى كان رئيس القسم العلمى بجريدة الأهرام ورئيس تحرير مجلة "الشباب وعلوم المستقبل"؛ فقد كان رحمه الله عليه داعياً للفكر والثقافة العلمية، وكان عضواً مؤسساً ويشغل أكثر من منصب فى أندية ومؤتمرات وجمعيات علمية داخل مصر وخارجها.

فـى الحـالات التـى يـريد فيها رئيس التحرير أن يعتبر نفسه شخصا لا يمكن للـصحيفة الاسـتغناء عـنه، يحـول الأجهـزة العاملـة، بوسـائل مـتعددة، إلـى آلات تتحـرك وفقـا لتعلـيمات يـصدرها إلـيهم، ولا يجـوز الخـروج عـنها مهمـا تكـن الظـروف، وهذه الوسائل تؤدى فى النهاية إلى غياب العناصر المفكرة والمبتكرة والتـى تحـول الـصحيفة إلـى مـادة حية ناطقة معبرة بكل أحاسيس الجماهير، إنها وسيلة قاتلـة لـروح الابتكار ولحاسة تحريك المجموعة الصحفية العاملة بالمجلة، وللحـركة المتجددة التى لا تخضع لروتين مرسوم، ولا خضوع فيها لفكرة معينة ثابتة لا تتغير، وبالإجمال فإنها عملية جمود ووقوف بلا رغبة فى الانطلاق.

وتتسم تـصرفات هـذا الـنوع من رؤساء التحرير بالأنانية القاتلة، لا بالنسبة للأفـراد العاملـين بالمجلـة فقـط، بـل هـى عملـية قـتل للمجلـة نفـسها، إذ إن مـسألة الاسـتغناء أو عـدم الاسـتغناء عن شـخص مـا، هى عملية نسبية، وإذا قدر لرئيس مـن هـؤلاء الرؤسـاء أن يتـرك عملـه أو أن يـرغم علـى ذلـك تحـت أى ظـرف من الظـروف، فإنـه يتـرك وراءه فـراغًا يـنعكس أثـره الـسيئ علـى الـصحيفة نفـسها، وعلـى العاملـين بهـا، لا نقـول: إنـه يـصعب ملـؤه، بـل يحتـاج إلـى وقـت لشغله بمن يستطيع جمع هذا الشتات الممزق من الكفاءات الضائعة، التائهة.

والـنوع الثانـى: مـن رؤسـاء التحـرير، هـو "الـذى يلعـب فيه رئيس التحرير دور الخـلاق للأفكـار والـذى يدفـع بالكفـاءات إلـى الـصفوف الأولـى، ويتـرك لهـا المجـال الحـر للانطـلاق، بأفكارهـا وكفاءاتها بغير حدود، ووفقا لسياسة الصحيفة والمكسب هنا لا يـنعكس علـى المهـنة ذاتهـا بـل هـو تدعيم قوى لأجهزة المجلـة بحـيث يمكـن أن تمـضى فـى أداء عملها وتحقيق رسالتها فى كل الظـروف، سـواء كـان رئـيس التحـرير قائمـا بالعمل أو متغيبا ، ولعـل هـذه المهمـة هـى واحـدة من

معاونو رئيس التحرير:

ويسميهم البعض رؤساء التحرير Editors تمييزاً لهم عن رئيس التحرير الذى يسمى رئيس التحرير (العام أو الأعلى) Chief Editor وهم التالون لرئيس التحرير فى المسئولية، ومعاونيه، ويتوقف نجاح رئيس التحرير فى عمله على حسن اختياره لمعاونيه، وتحديد اختصاصاتهم، ثم إعطائهم حرية وفقاً لهذه التخصصات مع الحرص على أن يكون لكل منهم حرية التصرف وفقاً للسياسة العامة للمجلة، ولما يتطلبه الحدث الصحفى، لا وفقا لما يمكن أن يكون عليه تصرف رئيس التحرير شخصيا فقط.

وهم فى المجلة مختلفو الأسماء، والمناصب، ولكنهم جميعا يعاونون رئيس التحرير فى أداء عمله وهم: مدير التحرير - مساعد رئيس التحرير - نائب رئيس التحرير - رئيس التحرير التنفيذى - رئيس التحرير المساعد - رئيس تحرير الطبعة الخارجية، وكل مجلة تطلق على معاونى رئيس تحريرها الاسم الذى يناسب طبيعة عملها، وقد يوجد هؤلاء كلهم فى مجلة واحدة، وأيا كان عددهم أو الأسماء التى تطلق عليهم فوظيفتهم هى:

١- تنفيذ تعليمات رئيس التحرير الأسبوعية أو الشهرية وتوجيهاته (حسب دورية صدور المجلة).

٢- الإشراف على عمل الأقسام المختلفة.

٣- أداء وظائف رئيس التحرير المختلفة فى حالة غيابه.

٤- أنهم حلقة الوصل بين رئيس التحرير وبين باقى أقسام المجلة.

٥- حل المشاكل التنفيذية التى قد تعترض العمل اليومى لمحررى المجلة.

٦- إدارة اجتماعات جهاز التحرير فى غياب رئيس التحرير أو فى وجوده.

٧- حضور بعض المناسبات أو أداء بعض المهمات أو تمثيل المجلة فى أوقات معينة بتفويض من رئيس التحرير أو نيابة عنه.

٨- الإشراف على قطاع معين من قطاعات التحرير، أو مرحلة من مراحله، أى أن أحد المعاونين يشرف على التحرير، وآخر على المطابع، وثالث على المواد المصورة (الصور والرسوم بما فيها قسم التصوير الفوتوغرافى والرسامون)، ورابع على قسم المعلومات والبحوث ورسائل المراسلين، وخامس يتولى الشئون الإدارية.

وأكثر الألقاب التى تطلق على معاونى رئيس التحرير شيوعا هى: مدير التحرير Managing Editor، ومساعد رئيس التحرير Assistant Editor، ونائب رئيس التحرير Subeditor، المشرف الفنى أو المدير الفنى Art director.

وفى بعض المجلات هناك وظيفة محرر الإنتاج Production Editor، أو المصمم Designer، وتتعلق مهمته بوضع "استراتيجية فنية" أو "التصميم العام للمجلة"، أو اتخاذ القرارات الفنية الأساسية بشكل عام وتطبيقاتها فى كل عدد، فهو يحدد المساحة التى ستعطى لكل موضوع وأسلوب إخراجه، والصور والرسوم المستعملة والألوان ويشرف على توزيع المواد على صفحات المجلة المختلفة بالتشاور مع رئيس التحرير أو معاونيه.

وهو أساس لفنان تشكيلى، وخبير فى الألوان، ومصمم جيد، قبل أن يكون صحفيا محترفا، وهو شخصية لا توجد فى الجرائد، بل فى المجلات فقط، حيث يحتاج إخراج المجلة إلى توافر جانبين: الجانب الوظيفى والجانب الجمالى.

قسم الإخراج أو سكرتارية التحرير:

وهذا القسم هو المسئول عن تنفيذ التصميم الأساسى للمجلة، والتصور المبدئى الذى يضعه المدير الفنى بالتشاور مع رئيس التحرير أو معاونيه، ويطلق على العاملين فيه محررو الإخراج أو سكرتيرو التحرير أو المخرجون الصحفيون؛ وهم نوعان:

المخرج الصحفى الفنى (سكرتير التحرير الفنى):

ومهمته تحويل المواد الصحفية المكتوبة والمصورة، وفقا لرؤية المشرف أو المدير الفنى للمجلة إلى واقع تيبوغرافى: عناوين ومقدمات ومتن وصور ورسوم وجداول وألوان وعناوين فرعية و... و..... .

إنه يرسم الماكيت (Maquette) (التصميم المبدئى للمجلة) الذى يحدد فيه شكل المواد الصحفية، وتصل إليه المادة من كبير المراجعين عن طريق المدير الفنى مكتوبة ومصورة، وبعد تحديد موقعها داخل المجلة، وداخل صفحاتها، وبعد رسم الماكيت ترسل المواد والماكيتات إلى أقسام الصف الآلى أو الإليكترونى، وبعدها إلى الأقسام الفنية للتنفيذ.

المخرج الصحفى المنفذ (سكرتير التحرير التنفيذى):

هو الشخص الذى يقوم بتنفيذ صفحات المجلة وفقا للماكيت، فى صالة المونتاج، ويقوم بمراجعة البروفات، وإجراء الاختصارات اللازمة.

كبار المحررين أو رؤساء الأقسام Senior Editors:

وهم كبار محررى المجلة المتخصصين، كل فى مجال محدد، المحرر الاقتصادى مثلاً، أو المحرر الفنى، أو المحرر السياسى.. خاصة فى المجلة الجماهيرية العامة.

وهذا المحرر يكون فى الوقت نفسه كبيراً لمحررى قسم أو باب ثابت داخل المجلة، أو صفحة متخصصة، ويعمل تحت مسئوليته عدد من المحررين، أى أنه رئيس للقسم.

ومهمة هذا المحرر المتخصص إعداد مواد القسم أو الباب الثابت أو الصفحة المتخصصة، وتوجيه محرريه، والإشراف على أى موضوع عام ينشر خارج نطاقه ويتصل بتخصصه، ويتابع الأحداث المهمة فى هذا المجال التى قد تكون موضوعا للغلاف فى عدد ما، ويعتبر رئيس التحرير داخل القسم أو الباب أو الصفحة المتخصصة التى يشرف عليها، وفى بعض الأحيان يكون له ركن أو عمود ثابت يوقعه بإمضائه. وقد يطلق عليه اسم: كبير المحررين، المحرر الـ...، ورئيس الـ...، محرر صفحة الـ...، أو محرر باب الـ... .

كبير المراسلين Chief Correspondent:

ويعتبر فى المجلات التى تهتم بالتغطية الخارجية، ولها توزيع خارجى ضخم مثل المجلات الفرنسية والأمريكية العامة والإخبارية، وهو أقدم المراسلين وأكثرهم خبرة وتمكنا من عمله.

المحررون Editors:

وهم محررو أقسام المجلة المختلفة، وهم فى المجلات العامة ذات التوزيع الضخم، والتبويب المنوع، يوزعون على التخصصات المختلفة، وفقا لأقسام أو أبواب المجلة المختلفة، وفى المجلات العامة الأقل توزيعا والأقل فى عدد محرريها يعملون داخل أقسام المجلة كلها.

كتاب المجلة Staff Writers:

وهم كبار الكتاب الذين يعملون فى المجلة، ومهمتهم هى كتابة المقالات أو إجراء الأحاديث، أو عمل البحوث أو الدراسات، وذلك بانتظام، وكأعضاء ثابتين فى الجهاز التحريرى للمجلة، وقد يكون هناك إلى جانبهم بعض الرسامين المحترفين.

الأقسام المشتركة أو المعاونة:

وهى مجموعة الأقسام التى تتعاون مع جهاز التحرير بأكمله - وهى جزء منه - فى إعداد المادة الصحفية وتنسيقها قبل إرسالها إلى المطبعة ؛ وهى:

* **قسم التصوير الفوتوغرافى:** ويرأسه كبير المصورين ويعاونه محرر للصورة تكون مهمته اختيار الصور الجيدة وتحديد شكلها وكتابة التعليق المناسب لها.

* **قسم المعلومات والبحوث**: ويرأسه محرر المعلومات ويضم داخله ثلاثة قطاعات:

- **الأرشيف:** ويضم قصاصات وأفلامًا (ميكروفيلم) عن الموضوعات والأشخاص والقضايا والصور الفوتوغرافية، والكيليشيهات، أو النيجاتيف للموضوعات، أو الأشخاص أو القضايا أو كلها جميعاً. وهو يعمل حاليا إليكترونياً .

- **المكتبة:** وتضم دوائر المعارف والأطالس والأدلة وأحدث الكتب والمراجع العلمية والمجلات والجرائد المحلية والأجنبية، وكل الأعداد التى صدرت من المجلة منذ عددها الأول.

- **البحوث:** تضم مجموعة من المحررين الباحثين يعدون البحوث والدراسات اللازمة التى يحتاجها التحرير ويطلبها رئيس التحرير أو معاونوه أو أحد رؤساء الأقسام، ومهمة هذا القسم هى تزويد المحررين بكل المعلومات والخلفيات التى يحتاجونها لاستكمال موضوعاتهم قبل النشر، ومراجعة الموضوعات قبل النشر وتدقيق المعلومات.

* **قسم المراجعة**: ويرأسه كبير المراجعين Copy Editor: ويضم مجموعة من المراجعين الذين يتولون قراءة الموضوعات التى يرسلها إليهم رئيس التحرير أو معاونوه أو رؤساء الأقسام، ويشبه البعض المراجع بالآلة التى تقوم بقطع الماس فى دقة وعناية بحيث تحافظ عليه ولا تشوهه، بل إنها قد تعطيه شكلاً أروع من شكله الأصلى، وقد

* **قسم التصحيح**: ويرأسه كبير المصححين Copy Reader، ويضم مجموعة من المصححين مهمتهم مراجعة الموضوعات بعد جمعها (وبعض المجلات قبل الجمع) ثم بعد طبع بروفات الصفحات، قبل الطبع، والتأكد من عدم وجود أخطاء مطبعية.
* **الكاتب الحر (المصاحف) Non-staff Writer (Freelancer)**، الكاتب أو المصاحف Freelancer(*) هو شخص لا يعمل عضواً ثابتاً فى جهاز تحرير المجلة، ولكن يكتب فيها، ويرتبط بها، ولا يلتزم بالعمل بها كوظيفة ، وبشروطه، فهو رئيس تحرير نفسه، يعمل عندما يرغب فى العمل ويضع خططه ويمارس مسئولياته بنفسه.

وتعتمد المجلات على المصاحفين أكثر من اعتماد الجرائد عليهم، بحكم أن الجرائد تعتمد على التغطية الإخبارية المنتظمة من طاقمها التحريرى أو من وكالات الأنباء وغيرها من المصادر، أما المجلات فموادها أكثر تنوعا ولديها وقت أطول، ويمكنها أن توظفهم حسب خططها طويلة الأجل، بشكل منتظم،

(*) Freelancer: كلمة إنجليزية يعود أصلها الأول إلى الحياة العسكرية، حيث كانت تطلق على الشخص المحارب، أو الفارس الذى يبيع قوته وقدرته على القتال إلى الملوك أو القادة الحربيين (العسكريين)، ولكن فى عصرنا الحالى أصبحت تطلق على الشخص غير المرتبط، والذى لا يخضع لسلطة، مثل الكاتب.

وتنتشر ظاهرة المصاحفة، أو الكتابة للجرائد والمجلات من الخارج، فى الدول الكبرى، التى يصدر فيها عدد ضخم من الجرائد والمجلات، خاصة المجلات الجماهيرية العامة، والمجلات ذات التخصص الدقيق حيث يلعب المصاحف هنا الدور الأكبر والأهم ويعتمد عليه بشكل أساسى.

وبعض هؤلاء المصاحفين قد يكونون كتَّابًا محترفين متفرغين لعملية المصاحفة، ولا يرتبطون بمجلة معينة، وبعضهم يعمل فى وسائل إعلامية أخرى، محررين أو مذيعين أو رجال علاقات عامة، وبعضهم يمارس أعمالا أخرى لا علاقة لها بالكتابة.

وبعض المصاحفين يتصل برئيس التحرير مباشرة، أو عن طريق خطاب طلب كتابة موضوع Querry letter، أو عن طريق وكالة معينة تسوق أعماله Syndicate، أو وكيل خاص به Agent، وإذا ما تلقى الموافقة، يكتب موضوعه ويرسله هو أو الوكالة أو الوكيل إلى رئيس تحرير المجلة، وعادة ما تحصل الوكالة على عمولة Commission، نظير تسويق المواد التى ينتجها المصاحفون.

وفى مصر، لا توجد ظاهرة المصاحفة، بشكلها التقليدى، أى الكتاب والمحررون المحترفون الذين يعتمدون فى كسب عيشهم على الكتابة للجرائد والمجلات العامة الجماهيرية والمتخصصة، بل إن معظم الكتاب والمحررين المصريين الذين يعملون أعضاء فى طاقم التحرير بمجلة أو جريدة يعملون مصاحفين فى صحف أخرى.

ولعل ذلك يعود إلى واقع الصحافة المصرية الذى يتسم بالتالى:

أ - اكتظاظ الجرائد والمجلات المصرية العامة (القومية) بعدد كبير من المحررين والكتاب الذين يزيد عددهم على احتياجات جرائدهم ومجلاتهم.

ب- عدم ازدهار الصحافة المتخصصة، التى تحتاج قدرا كبيرا من المصاحفين.

جـ- عدم وجود صحافة إقليمية قوية مستمرة مستقرة، وهى التى تعتبر البداية الطبيعية للكاتب المصاحف.

د - معظم كتابنا الكبار يعملون ككتاب بشكل ثابت فى جرائد أو مجلات مصرية وعربية ولا يكتبون لغيرها من المجلات أو الجرائد المصرية.

لذلك نستطيع تقسيم الكتاب المصاحفين فى مصر إلى أربعة فئات رئيسية:

الفئة الأولى: كتاب روائيون ومفكرون يكتبون المقالات الطويلة والبحوث والروايات المسلسلة والقصص القصيرة وينشرونها فى أكثر من مجلة وجريدة، فى الداخل والخارج.

الفئة الثانية: كتاب ومحررون صحفيون يعملون بشكل ثابت فى الأجهزة التحريرية لجرائد ومجلات قومية، وإلى جانب ذلك يمارسون العمل الصحفى (هنا التحرير الصحفى المتخصص) فى جرائد ومجلات متخصصة كجرائد "الأهلى" و"الزمالك" و"الكورة والملاعب"، ومجلات "السينما والمسرح" و"السينما والناس" و"الهلال"، وبعض جرائد ومجلات النقابات والاتحادات والنوادى.

الفئة الثالثة: كتاب ومحررون يعملون بانتظام فى الأجهزة التحريرية لجرائد ومجلات قومية عامة، ومتخصصة ويساهمون فى تحرير الجرائد والمجلات العربية التى تصدر فى العالم العربى، أو فى

والفئات الثلاثة السابقة لا تتعامل معها الجرائد والمجلات المصرية أو العربية عن طريق الوكالات الصحفية المتخصصة، أو غير طريق وكلاء لهؤلاء المصاحفين، بل عن طريق الاتصال الشخصى بالكاتب أو المحرر أو بمدير أعماله أو سكرتيره الخاص - إن وجد -، وكذلك عن طريق المكاتب الرسمية للصحف العربية فى القاهرة مثل: مكاتب "جريدة الشرق الأوسط" و"جريدة عكاظ" السعودية و"مجلة العربى" الكويتية و"جريدة الدستور" الأردنية، وغيرها من المكاتب، أو عن طريق بعض الكتاب أو المحررين المصريين الذين يتولون إدارة أعمال هذه الصحف فى مصر، ونتيجة لذلك ظهرت فئة جديدة من المحررين الصحفيين كونوا ما يشبه الوكالات الصحفية الصغيرة، التى تذكر بنشأة الوكالة الصحفية فى القرن الثامن عشر، حيث سميت حينئذ وكالة الشخص الواحد One man agency، وكانت تعمل بشكل غير رسمى حيث يكلف هذا المحرر الكتاب والمحررين الآخرين بموضوعات معينة، نظير أجر معين متفق عليه، ويتولى هو تسويق هذه الموضوعات إلى الوكالات والصحف التى يتعامل معها.

وقد دخلت وكالة أنباء الشرق الأوسط - الوكالة الرسمية الوحيدة للأنباء فى مصر - المنافسة بإنشائها قسما للموضوعات تتولى عن طريقه تسويق الموضوعات المختلفة إلى الجرائد والمجلات العربية، ونجح هذا القسم نجاحا ملحوظا ، ويغطى عدداً كبيراً من الدول العربية.

الفئة الرابعة : (والأخيرة) كتاب ومحررون صحفيون يعملون كمراسلين لجرائد أجنبية، ومجلات ووكالات للأنباء، وشبكات للإذاعة والتليفزيون، فى أفريقية، وفى أوربا، وفى آسيا، وفى الولايات المتحدة الأمريكية، بشكل رسمى.

المصاحفة الناجحة:

ينصح خبراء الصحافة وأساتذتها، وكبار الصحفيين، المصاحف المبتدئ بإتباع أربع خطوات، لكى ينجح فى عمله؛ وهى:

الخطوة الأولى- دراسة السوق بعناية:

وذلك عن طريق فحص المجال الذى ينوى الكتابة فيه ودراسته، فهو يستطيع بسهولة أن يجد أسواقاً مفتوحة معينة لكتاباته، وعليه أن يقرأ - وهذا يسير فى الخارج - أدلة المجلات والجرائد، ويحلل اتجاهاتها والمقالات التى تتطلبها، ويختار نمطاً منها ويبدأ فى دراسة أسلوب كتابته، وطول مقالاته، ووجهة نظر المجلة فى القضايا العامة، ويتم ذلك بقراءة أكثر من عدد من أعداد المجلة.

الخطوة الثانية- إقامة صلات جيدة:

فالمفاتيح الجيدة للمصاحفة الناجحة تكمن فى إقامة صلات قوية ومستمرة ووثيقة مع رؤساء التحرير والوكالات ووكلاء الناشرين، أى القوى المؤثرة فى سوق النشر.

الخطوة الثالثة- وضع الأفكار الجيدة وكتابتها:

ويتم ذلك بعد دراسة المجلات الموجودة، والأفكار التى عالجتها والتى لم تعالجها، وتأتى من أكثر من مصدر: الملاحظة، القراءات المختلفة، قراءة المجلة نفسها، ثم يصل إلى معالجة جيدة لفكرته فى أسلوب قوى مؤثر ومناسب للمجلة.

الخطوة الرابعة- التنفيذ (وصول الموضوع إلى المجلة):

وهو هنا تسليم الموضوع إلى المجلة التى يتعامل المصاحف معها، ولكن عليه قبل أن يقدم الموضوع إلى المجلة بعد صياغته أن يتأكد من:

١- أنه لا يتعلق بفكرة سبق تغطيتها فى موضوع آخر فى تلك المجلة خلال السنوات الأخيرة، لذلك تبدو استشارة رئيس التحرير مسألة مهمة.

٢- أن لا يتعلق بفكرة سبق تغطيتها عدة مرات فى مجلات أخرى، وإذا حدث ذلك فينبغى أن يكون له معالجة أخرى ومعلومات حديثة، ورؤية مختلفة.

٣- أن عنوان الموضوع، وفقرة المقدمة قد تم العناية بها بالدرجة التى تستطيع جذب انتباه رئيس التحرير، وتجعله يريد أن يقرأ ما فى داخل الموضوع.

٤- أنه قد جهز مخطوط الموضوع، بشكل يتفق مع القواعد الشائعة فى دور الصحف، وينصح بكتابة المقالات والدراسات على الكمبيوتر وتحميلها على ديسك أو CD، وإرساله إلى المجلة.

٥- أن هناك مواد مصورة مرفقة أو اقتراحا لمواد مصورة مناسبة تصاحب الموضوع، إذا كانت المواد المصورة غير متاحة.

٦- أنه وضعه فى مظروف مسطح Mailed Flat غير مدور، ويصحبه طابع بريد لإعادته إلى المراسل.

٧- الاحتفاظ بنسخة من المقال مطبوعة أو مخزنة داخل ذاكرة الكمبيوتر حتى يمكن التغلب على مشكلة فقدان المقال فى البريد.

والآن... كيف يسير دولاب العمل داخل الجهاز التحريرى لمجلة أسبوعية عامة (جماهيرية) على سبيل المثال:

١- يجتمع رئيس التحرير ومعاونوه ورؤساء الأقسام لتقويم العدد الذى صدر، والتخطيط للعدد الجديد.

٢- تجتمع الأقسام المختلفة لكى تناقش العدد وتقومه، وتخطط للعدد الجديد، ويقترح المحررون الموضوعات، ويوافق عليها، ويتم تكليفهم بموضوعات أخرى.

٣- قد يكلف المحررون بموضوعات أخرى خلال الأسبوع غير ما اتفق عليه مع مسئول القسم أو رئيس التحرير، وذلك وفقا لتطور الأحداث.

٤- ينفذ المحررون الموضوعات ويجهزونها للنشر، بعد تزويدها بالصور الفوتوغرافية أو الرسوم وهنا تبدأ نسخة الموضوع Copy، فى التحرك حتى يتم طبع المجلة.

* يقوم المحرر بتسليم الموضوع إلى المحرر المسئول عن الباب أو القسم أو الصفحة المتخصصة.

* يقرأ المحرر المسئول الموضوع، وإذا كان لديه ملاحظات يوجه المحرر لتنفيذها.

* أما إذا وافق عليه كما هو، يرسل إلى المشرف الفنى، وإذا احتاج إلى مراجعة فى صياغته يرسل إلى كبير المراجعين فى قسم المراجعة، وبعد إعادة صياغته يعود إلى أحد معاونى رئيس التحرير، الذى يرسله إلى قسم المعلومات لمراجعته من ناحية المعلومات، ويعد إليه مرة أخرى ثم يقوم معاون رئيس التحرير بتسليمه إلى المشرف الفنى الذى يحدد المساحة التى سيشغلها وأسلوب إخراجه، ويسلمه إلى المخرج الصحفى (الفنى) الذى يقوم يرسم الماكيت ويحدد شكل الموضوع على الصفحة ويرسل المواد المكتوبة إلى قسم الصف الإليكترونى.

* فى صالة الصف، وبعدها صالة المونتاج يشرف المخرج الصحفى (المنفذ) على توضيب المجلة.

* ترسل البروفات إلى قسم التصحيح ليراجعها المصححون مطبعيا قبل الطبع، ثم ترسل البروفات إلى المطبعة لتنفيذ التصحيح، ثم تأتى البروفات النهائية إلى قسم التصحيح مرة أخرى، لتراجع، ثم ترسل البروفة النهائية إلى المشرف الفنى ليراجعها فنياً، ولرئيس التحرير أو أحد معاونيه لمواصلة خطوات تنفيذ المجلة بعد ذلك حتى إعطاء أمر الطبع، وتطبع المجلة.

٣- المُسْتَقبل: قارئ المجلة

المستقبل، هو القارئ، أو الهدف النهائى لكل عملية التحرير الصحفى فى المجلة، حيث تصل إليه الرسالة (المضمون) من المرسل (المحرر)، فى شكل معين، ومن مجموع القراء يتكون جمهور المجلة، وهو أهم متغير فى عملية الاتصال، فإذا لم يكن لدى القائم بالاتصال (المرسل أو محرر المجلة هنا) فكرة جيدة عن طبيعة الجمهور العقلية والعاطفية وخصائصه الأولية، فسوف يحد ذلك من مقدرته على الوصول إليه وإقناعه مهما تكن الرسالة مصممة تصميما جيدا، ومهما يحسن اختيار المحرر الشكل الصحفى.

ولذلك فعلى المرسل (المحرر) فى المجلة، أيا كانت وظيفته - إذا أراد أن يحقق غرضه الأساسى، وهو بالطبع، أن تتفق رسالته مع اهتمامات جمهوره، وتؤثر فيهم بالشكل الذى خطط له- أن يحدد قبل كل شىء جمهوره، ويتفهم احتياجاته ومصالحه وتطلعاته، ثم يحاول ربط رسالته الاتصالية بهذه العوامل، ذلك أنه ما لم يفكر محرر المجلة بعقلية الشخص أو الأشخاص الذين يحاول التأثير فيهم فرسالته لن تتغلغل بعقلية الشخص أو الأشخاص الذين يحاول التأثير فيهم، ويصب نتاجه خارج الإطار المطلوب بعيداً عن تفكير جمهوره ومفاهيمه وعاداته الاتصالية ومخالفا لآماله ومخاوفه.

ويتسم جمهور المجلة بشكل عام، بأنه محدد ومتخصص فى جماعات معينة فكرية، أو عرقية، أو عمرية، حسب تخصص المجلات، بعكس الجمهور العام للجرائد، ويترتب على ذلك وجــود نوع من التجانس بين أفراده مما يسهل مهمة المحرر فى تحديد هدفه، كذلك فهو جمهور منتقى ويقرأ المجلة على مهل at leisure لفترة قد تمتد أسبوعاً فى حالة المجلة الأسبوعية - مثلا - لذلك نجده يهتم بأسلوب الكاتب وروحه ومذاق كلماته إلى جانب فكرة موضوعه، أى إنه يهتم بالشكل إلى جانب الموضوع أو المضمون، ويرى البعض أن جمهور المجلة، يكون أكثر تخصصا من جمهور الجريدة فى مجال

ويقسم البعض، جمهور المجلة، أو قراءها إلى ستة أنواع، وذلك من خلال الملاحظة الشخصية، والدراسات والبحوث التى أجريت على المجلة وقرائها فى الولايات المتحدة الأمريكية، والأنواع الستة هى:

النوع الأول- القارئ المحبط The Discomforted Reader:

وسر إحباط هذا القارئ أو تعاسته أنه لم يعد يستطيع أن يستخدم المجلة كوسيلة للهروب من واقع الحياة، أو أن هذه المجلة أو المجلات التى يقرأها قد سلكت طريقا آخر، جديدا ، فأحبطت بعض قرائها القدامى، وكسبت ولاء البعض الجديد وأفقدت البعض الصور البهيجة التى عاشت فى ذهنه فى الماضى، ليس فقط بسبب نوعية المادة المنشورة، ولكن بسبب أسلوب معالجتها لهذه المادة، مثل عرض الجوانب السلبية فى المجتمع، وقلة المساحة المخصصة لمن يطالب بالإصلاح الاجتماعى، ويزيد الأمر سوءا توسع المجلة فى عرض الأنباء السيئة والعنيفة مثل: الثورات والانقلابات والمظاهرات والجرائم الدموية.

النوع الثانى- القارئ فاقد الثقة أو سيئ الظن The Mistrustful Reader :

وهو قارئ ليس هائجًا بطبعه، أو يعانى من اضطرابات عقلية، إنه فقط شخص شكاك، كثير القلق على ضميره الاجتماعى أكثر من قلقه على مصالحه الاقتصادية، فيضايقه كثيرا أن يجد فى بريده - وهذا يحدث له طوال العام - عروضا للاشتراك فى مجلات بأسعار أقل من المجلة التى يشترك فيها منذ مدة، ولم يحصل منها على أى فائدة رغم ولائه الطويل لها.

النوع الثالث- القارئ المنزعج The Annoyed Reader :

وهذا النوع من القراء لا تزعجه عمليات البيع فى المجلة، أو وجهات النظر السياسية التى لا يرضى عنها، بل إن ما يزعجه هو أن سلوكًا غير سوى أو غير واضح تقوم به المجلة، مثل الكوبونات الإعلانية داخل العدد، ووضع الإعلانات الصغيرة وسط أى مادة صحفية جذابة، ويضايقه صفحات الإعلان التى تتنكر فى صورة مادة تحريرية.

النوع الرابع- القارئ المندهش The Bewildered Reader:

وهو قارئ غير معقد، بل مندهش أو مرتبك فقط، يصاب بالدوار وهو يقرأ كل يوم عن أخبار انهيار بعض المجلات وتوقفها عن الصدور، وميلاد مجلات أخرى، بدون أن يجد تفسيرا لذلك، هو إنسان فشل فى فهم العالم المحيط به، المتغير بسرعة، فكل يوم تظهر مجلات جديدة وتختفى بعد فترة رغم أنها تحقق أرباحا ، أن عالم المجلة والصحافة بشكل عام، غير واضح بالنسبة له، مما يبعث عنده الحيرة والارتباك.

النوع الخامس: القارئ غير المكترث The Indifferent Reader:

وهذا القارئ لا يقلق بسبب أخطاء المجلة، أو اختفائها، أو ظهورها أو اهتمامها بقضايا تافهة بدلا من القضايا الاجتماعية المهمة، فهو يعتبر المجلات مصادر للتسلية والإمتاع والترفيه، وليست مصدرا للثقافة أو الحصول على الرأى، أى أنها وسيلة ترفيه تساهم فى شغل وقت الفراغ عندما لا يكون هناك شيء ممتع فى التليفزيون، لذلك نجد هذا النوع من القراء ينزعج من المقالات الفكرية العميقة، وقد تكون المجلات الجادة بالنسبة لهذا النوع مصدرا أو وسيلة للزينة أو لادعاء الثقافة.

النوع السادس- القارئ الراضى The Satisfied Reader:

وهو قارئ شديد التحمس لمجلته، ويزيد من حماس جهازها التحريرى بسبب شدة حماسه وولائه، الذى يعبر عنه بشرائه للمجلة بانتظام ورسائله إلى المحرر، وهو فى الوقت نفسه راضٍ عن النظام الاجتماعى للبلاد، ومحافظ بطبعه ولا يطالب بالثورة ولا حتى بالتغيير.

ولفهم قارئ المجلة والتعرف على سمات جمهورها هناك أكثر من أسلوب. وأبسط هذه الأساليب وأكثرها شيوعا هو دراسة خطابات القراء وتحليلها. وتعد هذه الخطابات خير تعبير عن اتجاهات الرأى العام نحو المجلة، وردود فعل قراء

بحـوث القـراء:

يمكـن تعـريف بحـوث القـراء بأنهـا: "دراسـة الأشـخاص الـذين يـشترون المجلات ويقرأونها، أو الذين تتوجه إليهم المجلات، وتهتم هذه البحوث بانتقاء القراء لمجلات معينة، وردود فعلهم تجاه محتوى هذه المجلات، ووقت ومكان شراء هذه المجلات، وغيرها من سمات هؤلاء القراء من حيث السن والجنس ودرجـة التعليم، والمستوى الوظيفـى وسمات، وقد تعرف هذه البحوث باسم بحوث جمهور وسائل الاتصال Audience Research، ويستفيد من هذه البحوث كل أقسام المجلة، فالجهاز التحريرى للمجلة يريد معرفة من يقرأ المجلة، وأى محـتويات يفضل، وأى أسلوب يؤثـر فـيهم، ومـن جهـة أخـرى تـرغب إدارة الإعـلان فـى اكتـشاف أى نمـط مـن النـصوص الإعلانـية يكـون أكثـر تأثيـراً، لاكتشاف سر تفضيل المعلنين لمجلة عن أخرى، وإدارة التوزيع تستفيد منها فى تفسير الارتفـاع أو الانخفـاض المفاجـئ فـى أرقـام الـتوزيع. ويلاحـظ أن الدافـع لإجـراء هـذه الـبحوث عـادة مـا يكـون اقتـصاديا وتـرويجيا وتوزيعيا وإعلانـيا، وتعـدها عـادة إدارة الإعـلان فـى المجلـة، باعتـبار الـبحوث نـشاطا لـه عائـد اقتصادى، لذلك نجدها تركز منذ بداياتها الأولى وحتى الآن على البحوث التى تـتعلق بالتـسويق: لمـاذا يفـضل الجمهـور مـثلا علامـة تجاريـة علـى غيـرها، ممارسات الجمهور الشرائية، السلع التى يشتريها القراء، والتى يتوقع شراؤها، والوضع الاقتصادى لهم.

تقنيات بحوث الشراء:

هناك أكثر من تقنية Technique، لإجراء هذه البحوث؛ منها على سبيل المثال:

* الاستقصاءات المرسلة بالبريد إلى المشتركين:

Mailed Questionaires to Subscribers

* عمل دراسات مسحية لممارسات القراء:

Making Reader Traffic Surveys

* استعمال مرايا ذات رؤية من اتجاه واحد:

One Way Vision Mirrors

بواسطة بعض الباحثين لملاحظة كيفية قراءة المجلة، وأسلوب القارئ فى ذلك، بدون الإعلان عن ذلك.

* عمل دراسات مسحية لجماعات ضابطة من القراء

Conducting Surveys of Controlled Groups of Readers

وهى دراسة تجريبية تعتمد على تعريض الجمهور لمواد تجريبية أو محتوى منشور، ثم توجيه أسئلة إليه من خلال استبيان مطبوع.

من يعد بحوث القراء ؟

فى بعض المجلات الكبرى تكون هناك أقسام خاصة للبحوث، أو للتنمية أو للترويج ضمن أقسام المؤسسة الصحفية التى تصدر المجلة، أما المجلات الأقل فى الحجم أو التى لا تسمح لها مواردها المالية بوجود هذه الأقسام قد تعهد بها إلى قسم للبحوث فى إدارة التوزيع أو الإعلان، وقد يعهد بها إلى مكتب أو هيئة أو وكالة أو مركز للبحوث التسويقية، أو لبحوث استطلاع الرأي العام، أو وكالة إعلان، أو أى جهة بحثية أو استشارية قد تتخصص فى ذلك.

بحوث القراء فى مصر:

لم تهتم المجلات المصرية حتى الآن بإنشاء أقسام للبحوث تتبع الجهاز التحريرى، أو تستقل بنفسها داخل المؤسسة التى تصدر عنها المجلة، بل هى أقسام للبحوث التى تتعلق بالتوزيع أو الإعلان داخل إدارة التوزيع أو الإعلان،

لذلك تعهد المجلات المصرية وكذلك الجرائد المصرية العامة - إلى جهات بحثية خارجية بإجراء هذه البحوث لحسابها، وقد تكون هذه الجهات داخل مصر، أو خارجها.

ملخص الوحدة الثامنة

تتناول هذه الوحدة عملية تحرير المجلة باعتبارها عملية تحويل المادة المكتوبة والمصورة والمرسومة إلى شكل صحفى يناسب قراء المجلة تتضمن أربعة أطراف هى: المضمون (ماذا قالت المجلة؟) والمرسل (من قال ذلك؟) والجمهور (لمن؟) والشكل (كيف قيل؟).

وعرضت الوحدة تفصيلا لشروط نجاح الرسالة من خلال المضمون المقدم كما تناولت مصادر موضوعات المجلة (الداخلية، الخارجية) وناقشت تكوين الجهاز التحريرى بالمجلة العامة (رئيس التحرير ووظائفه، معاونو رئيس التحرير، قسم الإخراج وسكرتارية التحرير، المراسلون، المحررون، كتاب المجلة، الأقسام المعاونة، المصاحفون وخطوات عملية المصاحفة).

وناقشت الوحدة أيضا قراء المجلة وتقسيمهم إلى ستة أنواع (القارئ المحبط، القارئ فاقد الثقة أو سيئ الظن، القارئ المنزعج، القارئ المندهش، القارئ غير المكترث، القارئ الراضى).

وتختتم الوحدة بالحديث عن بحوث القراء وأهميتها وتقنيات بحوث الشراء ومن يعد بحوث القراء، مع إشارة سريعة حول وضع بحوث القراء فى مصر.

أسئلة على الوحدة الثامنة

س١ قارن بين المفاهيم التالية مع تقديم نموذج تطبيقى:

- المجلة العامة والمجلة المتخصصة.
- المصادر الداخلية والخارجية لموضوعات المجلة.
- كتاب المجلة، المصاحفون.
- قسم المعلومات والبحوث، وقسم المراجعة كقسمين من الأقسام المعاونة بالمجلة.
- القارئ المحبط والقارئ غير المكترث للمجلة.

س٢ أكمل ما يلى:

- يمكن الحكم على مضمون المجلة نجاحا أو فشلا من خلال: .... و.......... و.......... ولذلك هناك شروط ينبغى مراعاتها عند صياغة المضمون هى .... و............... و............ .
- لرئيس تحرير المجلة عدة وظائف هى .... و.............. و............. و............. ونعنى بها............. ووظيفة .... ورئيس التحرير يختار له معاونين من أهم وظائفهم: .... و............... و............... و.............. .
- هناك عدة أقسام معاونة بالمجلة منها .... و.............. و................. ومهمته قراءة الموضوعات وإعادة صياغة بعضها أو الحذف منها أو الإضافة أو كتابة عنوان جديد ، وقسم ....
- يمكن تقسيم المصاحفين فى مصر إلى أربع فئات رئيسية هى: .... و............ و............. و.............. .

- يقصد ببحوث القراء .... وهناك عدة تقنيات لذلك منها .... و............... وتعهد المجلات بهذه المهمة، إما إلى .... أو .... أو ....

س٣ وضح العلاقة بين كل مما يلى:

- مضمون المجلة ونجاحها.
- تخصص المجلة وحجم جهازها التحريرى.
- شخصية رئيس التحرير وتطوير صورة المجلة أمام الرأى العام.
- المجلة وظاهرة المصاحفة الصحفية.
- بحوث قراء المجلة وانتشارها.

أنشطة يقوم بها الدارس

١- من خلال متابعة علمية دقيقة لمجلتك المفضلة حاول أن تحدد نقاط قوتها من حيث المضمون، الشكل، الجهاز التحريرى، ونقاط ضعفها وحاول أن تستنتج فئات جمهورها.

٢- قارن بين كل من مجلة (المجلة) اللندنية ومجلة (روزاليوسف) المصرية من حيث التبويب، الجهاز التحريرى، مصادر مادتها الصحفية، خصائص أسلوبها الصحفى.

٣- قارن - من خلال دراسة ميدانية - بين الجهاز التحريرى (تكوينه ووظائفه) فى عدة مجلات عامة (مثل: المصور، أكتوبر، روزاليوسف، آخر ساعة).

مراجع للاستزادة حول الوحدة الثامنة

1- Konneth, John Lurian: ***"Magazine Journalism New Prospects for the art and profession"***, Montana Press Library, First Edition, Montana, U.S.A., 1977.

٢- عبد اللطيف حمزة: ***قصة الصحافة العربية فى مصر منذ نشأتها إلى منتصف القرن العشرين***، مطبعة المعارف، بغداد، ١٩٧٦.

٣- خليل صابات: ***"وسائل الاتصال نشأتها وتطورها"*** ، مكتبة الأنجلو، القاهرة، طبعة ثانية، ١٩٧٩.

٤- جلال الدين الحمامصى: ***الصحيفة المثالية***، دار المعارف، القاهرة، ١٩٧٢.

5- Wain Waight, David: ***Journalism***, Alter & Seber, London, 1972.

٦- مج، م ميكايلسن: ***"الصحافة بين الهواية والاحتراف"*** ترجمة محمد كامل جمعه، مطبعة مصر الحديثة، القاهرة، ١٩٥١.

7- Wolsely, Ronald. E.: ***The Changing Magazine***, The Iowa State University Press, Iowa, 1972.

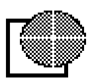
8- Brencers Ernest & Clark, Donald Lenon: ***Magazine Article Writing***, The Macmillan Company, New York.

9- Konneth, John Lurian: ***"Magazine Journalism New Prospects for the art and Profession"***, Montana, U.S.A., 1977.

10- Wolsely, Ronald. E.: ***The Changing Magazine***, The Iowa State University Press, Iowa, 1972.

11- Brencers, Ernest & Clark, Donald Lenon: ***Magazine Article Writing***, The Macmillan Company, New York.

12- Gunther, Max: ***Writing the Modern Magazine Article***, The Writer, Inc., Boston Publishers, 1968.



الـوحـدة التاسعة

الأشكال الصحفية فى المجلة

الأهداف:

بعد دراسة هذه الوحدة، يجب أن يكون الدارس قادرا على أن:

١- يشرح مراحل تحرير المجلة العامة.

٢- يميز بين الأشكال الصحفية فى المجلة العامة.

٣- يقيم ما تستخدمه المجلات العامة من فنون أو أشكال صحفية فى ضوء الأسس العلمية التى درسها.

٤- يحرر الفنون الصحفية المختلفة فى المجلة وفقا لما درسه.

العناصر:

١- مفهوم تحرير المجلة.

٢- مراحل تحرير المجلة:

- التفكير والتخطيط وجمع المادة.
- إعادة التفكير والمراجعة.
- الكتابة.
- التحرير.
- المراجعة النهائية.
- إعادة التقويم.

٣- القوالب الصحفية فى المجلة.

- الافتتاحية.
- الموضوع Article.

- التحقيق الصحفى Enquete.
- الخبر.

٤- ملخص .

٥- أسئلة.

٦- أنشطة .

٧- مراجع .

الـوحـدة التاسعة
الأشكال الصحفية فى المجلة

المقصود بالشكل هنا، الأسلوب الذى يقدم من خلاله المضمون الصحفى، أو توصل عن طريقه المادة الصحفية، وهو فى المجلة الكلمة المكتوبة التى تتخذ أكثر من شكل صحفى.

وتحرير المجلة هو نوع من الكتابة غير الخيالية Non-Fiction، أو الكتابة الواقعية Factual(*) التى تعتمد على المعلومات الواقعية غير الخيالية، والتى تتخذ قالبا لها: الافتتاحية، الخبر بأشكاله، المقال، الحديث، التحقيق، العمود الصحفى، وبعض المواد والأشكال الأخرى مثل: الركن الثابت، الحملة الصحفية.. وتسمى كلها أشكال التحرير الصحفى أو أنماطًا صحفية، وإن كان هذا لا يمنع من وجود بعض أنواع الكتابة الخيالية Fictional، فى المجلة مثل: القصة، الأقصوصة، الشعر، المسرحية، الخواطر والتأملات و.....

والكتابة للمجلة، أو تحريرها عملية تشمل أكثر من مرحلة:

المرحلة الأولى - التفكير والتخطيط وجمع المادة:

يبدأ المحرر فى التفكير فى موضوع معين، ودراسته، ثم يطور هذه الفكرة، بعد دراستها من كل أبعادها، ويحدد الأفكار الفرعية المنبثقة منها.

ويستعرض المحرر المعالجات السابقة لهذا الموضوع، والأسلوب الجديد لمعالجته، ويراجع المصادر المختلفة للموضوع، ويجرى بعض المقابلات للحصول على معلومات، وفى النهاية قد يضيق أو يوسع من نطاق موضوعه.

(*) قسم نقاد الإغريق الكتابة على نمطين: الأول هو الشعر Poetic والثانى النثر Rhetoric ، وتبعهم في ذلك كثيرون منهم النقاد العرب، وهناك مدرسة ثانية تقسم الكتابة إلى درامية وغير درامية، وثالثة تقسمها إلى حقيقة Factual وإبداعية Imaginative، ورابعة تقسمها إلى خيالية (روائية) Fictional، وغير خيالية (واقعية) Non-Fiction.

المرحلة الثانية ـ إعادة التفكير أو المراجعة:

حيث يعيد المحرر النظر فيما جمع من مادة وما وضع من تصميم، وقد يعيد هذا التصميم، ويضع إطارا عاما جديدا للموضوع، ويحدد الأفكار الرئيسية النهائية، ويكمل الأفكار الناقصة، ويفكر فى أسلوب الكتابة.

المرحلة الثالثة ـ الكتابة أو وضع الأفكار على الورق:

وتشمل عملية الكتابة وضع الرسالة فى لغة صحفية، وتشمل إبراز بعض الأفكار وتنظيم المادة، بإضافة بعض الأفكار، وحذف الأخرى، بعد اختيار الشكل الصحفى المناسب (الذى سنتحدث عنه فيما بعد) ويسعى المحرر من أجل اختيار أسلوب قوى يناسب المجلة: كوسيلة اتصال ويتفق مع سمات جمهور القراء، ونوعية الموضوع المعالج، فالمجلة بحكم وقوعها فى منتصف الطريق بين الجريدة بأسلوبها السهل البسيط، والكتاب بأسلوبه العميق العلمى المحدد أو الأدبى المسترسل، تستعمل لغة أو أسلوباً أبعد من لغة الجريدة اليومية وأقرب إلى لغة الكتاب، ويختلف البعد أو القرب حسب نوع المجلة، وسمات قرائها.

فقارئ المجلة أعلى مستوى من قارئ الجريدة اليومية من حيث اللغة، ومن حيث المستوى الفكرى والثقافة، وربما من حيث المستوى الاجتماعى والمستوى الاقتصادى، والوقت الذى ينفقه القارئ فى قراءة المجلة أطول من الوقت الذى ينفقه فى قراءة الجريدة اليومية ذلك لأن قارئ المجلة إنما يقرؤها غالبا بعد الفراغ من عمله اليومى أو فى عطلة الأسبوع، وفى المجلة أيضا هناك اهتمام من القارئ بأسلوب الكاتب وكذلك بالموضوع الذى يكتب فيه، أما بالنسبة للجريدة فالاهتمام بالمضمون العام.

* الأسلوب فى المجلة مهم إذن!

* والأسلوب ـ كما قال بوفون ـ هو الإنسان نفسه!

* والأسلوب - عند اللغويين - هو اختيار الألفاظ وترتيبها فى شكل له أثره وطابعه فى اللغة المستعملة، وهو يساعد الفكرة على أن تصل إلى القراء!

وإذا كان الأسلوب هو الإنسان نفسه، أو هو الفكرة، فلابد أن يتلاءم أسلوب الكاتب مع الفكرة، وهذا يقتضى من الكاتب:

١- الملاءمة بين أسلوب التعبير والفكرة: بمعنى هل سيستعين الكاتب باللغة العامية، أم بالتعبير الفصيح الدقيق فى اختيار الكلمة والجملة، وبتركيز دقيق، أم بالتعبير السهل غير المحكم وغير المدروس، هل هو تعبير عاطفى دافئ مرآة لشعور الكاتب الشخصى؟! أم تعبير عن تفكير منطقى، العامل الأساسى هنا هو طبيعة الفكرة ذاتها.

٢- الملاءمة بين الأسلوب وتفكير القراء وقدراتهم.

٣- الملاءمة بين أسلوب الكاتب وروحه حتى يكون صورة صادقة لعقله وشخصه، أو هو شخصيته - كما قال ماكس جونثر - منقولة على الورق.

والأسلوب الجيد فى المجلة يتميز بالسمات التالية:

* الوضوح Clarity وهو الكتابة السهلة المفهومة، حتى يستطيع القارئ أن يفهم ما يريد الكاتب أن يقوله.

* القوة Force، التى تتحقق عن طريق البحث عن كل الوسائل التى تشحذ من ذهن القارئ، وتحركه لكى يكون له المزيد من الإدراك والأهمية والشغف، فما يمنح الأسلوب قوة هو أى شىء تكون له القدرة على إيقاظ العقل وتحديه.

* الجمال أو السلاسة Smoothness، وهو ليس الزخارف أو المحسنات البديعية أو اللفظية بل سلاسة التعبير وانسياب الكلمات والجمل والفقرات فى هدوء.

* والمذاق Flavour، وهو أن تبدو روح الكاتب فيما يكتبه.

وبشكل عام يميل أسلوب المجلة إلى الاهتمام بالشكل إلى جانب المضمون، واللفظ يختار بعناية، ولا يكتفى المحرر بالوصف الواقعى للأشياء بل يميل الأسلوب أكثر إلى اللغة الأدبية.

وعلى محرر المجلة ألا يقلد أسلوب كاتب آخر، فليس فى استطاعة إنسان ما أن يقلد آخر أو يأخذ سماته ويستعير تفكيره وملكاته، بل يستفيد منه فقط، حتى لا ينتهى إلى صورة مشوهة منه.

وينبغى على محرر المجلة أن يتجنب الرتابة فى الأسلوب، وأن ينوع فى لهجته Tone ولا يخاف من الاستعانة باللغة العامية أو استعمال بعض الحكم والأمثال، وكذلك عليه تجنب الصيغ أو الكليشيهات المحفوظة التقليدية فى العناوين أو المقدمات أو فى متن الموضوع.

المرحلة الرابعة ـ التحرير أو إعادة الكتابة أو الصقل:

وتشمل إعادة صياغة أو تحرير المادة الصحفية، وصقل بعض فقراتها وعناوينها الفرعية والمقدمات والخاتمة مثلاً...

المرحلة الخامسة ـ المراجعة النهائية للنص المحرر:

وتشمل إعادة مراجعة ما تم فى المرحلة السابقة، والصقل النهائى لها، وإعداد هذه المادة المكتوبة فنيا للنشر فى مجلة (ترسل إلى سكرتير التحرير الذى يرسلها بعد ذلك إلى قسم الجمع والصف).

المرحلة السادسة ـ دراسة رد الفعل (أو إعادة التقويم) :

وتأتى بعد النشر، وتشمل دراسة ردود فعل الموضوع لدى القراء، بعد الحصول على الانطباعات الأولى عنه من القراء، أو المصادر، أو الزملاء، أو الأصدقاء، ثم إعادة تقويم الأسلوب فى ضوء ذلك، والاستفادة من ذلك مستقبلاً.

الأشـكال أو القـوالـب الصـحفية فى المجـلة

١- الافتتـاحـية Editorial

وهـى أحـد أشكال المقـال، ويطلـق عليه دارسو المقـال أكثـر مـن تـسمية، قد يسمونه Leading Article (المقـال المتقدم أو القـائد) باعتـبار أنـه يتقدم غيـره من أنواع المقال الأخرى، وقد يسمى Editorial Article، وقد يسمى Leader، بمعنى أنـه مقـال قيادى، وقد يسمى Editorial بمعنى أنه مقال يكتبه رئيس التحرير يعبر به عن رأى الصحيفة، وقد يكتبه شخص آخر تحت مسئوليته.

والافتتاحية أو المقـال الافتتاحـى هـى صـوت المجلـة كمؤسسة وتتميـز بأنهـا تـتقدم غيـرها مـن المقـالات فـى: تعبيـرها عـن رأى المجلـة، وفـى تـناولها لأهـم الموضوعات المنشورة فيها، وفى المساحة الثابتة الممنوحة لها.

ويقسم كل من ليون نلسون، وشيلتون بوشى المقال الافتتاحى أو الافتتاحية فى المجلة إلى أربعة أنواع:

١- **المقـال الافتتاحـى الـشارح:** الـذى يقـيم الأخـبار أو الأحـداث، ويجلـو أبعادهـا، ويفتـرض فيه أن يلتـزم بالموضـوعية، فـلا يتبنـى آراءً مـسبقة، ولكن هذه الموضوعية مستحيلة فلكل مجلة تحيزاتها المسبقة السياسية أو الاقتصادية أو الصحفية.

٢- **المقـال الافتتاحى النزالى:** وينطلق من آراء مسبقة يريد كاتبها أن يحمل القـارئ علـى اعتـناقها، مـستخدما أسـلوب النـزاليات الـذى يحـتمل شـجب الآراء المخالفة بل تسفيهها باستخدام المنطق الخطابى.

٣- **المقـال الافتتاحى المتنبئ :** الذى يقوم بما يشبه عملية استكشاف للنتائج التـى يمكـن حـدوثها فـى المستقبل. وبناء على معرفة كاتب المقال بحقائق مـا حـدث وإدراكـه لطبيعة القوى التى تحكم الموقف فإنه قد يتنبأ بأحداث وامتدادات تتم فى المستقبل.

٤ـ المقال الافتتاحى الذى لا يتحدث عن قضايا عامة أو أحداث سياسية أو اقتصادية، بل عن قضايا خاصة بالمجلة وأحداث وقعت بها، مثل تغيير أحد أعضاء الجهاز التحريرى مثلا ، أو سبق صحفى حصلت المجلة عليه، أو تطوير جديد فى المجلة، أو رفع السعر مثلا أو زيادة رقم التوزيع(*).

وقد يكتب افتتاحية المجلة: رئيس التحرير، أو الناشر، وقد يوقعها كاتبها، أو توقع باسم هيئة تحرير المجلة، أو اسم المجلة، أو بعلامة رمزية أو بالحروف الأولى لرئيس التحرير أو أحد كبار المحررين وفى بعض المجلات قد لا توجد افتتاحيات.

٢ـ الموضوع Article

الموضوع هو الشكل الصحفى الرئيسى فى المجلة وتعالج من خلاله الأحداث والقضايا والظواهر الراهنة والحالية، ويمكن تعريفه بأنه مقال مكتوب يختلف فى طوله حيث يتراوح عدد كلماته بين ألف وستة آلاف كلمة، والمقال المتوسط يضم ألفى كلمة، ويتميز بالموضوعية، وبعدم بروز شخصية صاحبه، وهدفه نقل الأفكار والحقائق، للإعلام أو الإقناع أو التوجيه أو التسلية أو كلها.

ومن خلال الإطلاع على التقسيمات المختلفة لأنواع الموضوع فى المجلة عند أبرز دارسيه مثل: ماكس جونثر وإيرنست، برينكر ودونالد ليميتد كلارك، ويليام. ل. ريفرز، ورونالد. ى. ولسلى، يمكن تصنيفه إلى الأنواع التالية:

١ـ الموضوع الإعلامى أو الإخبارى Informational:

ويأخذ القارئ خلف الأحداث ليبين له حقيقة ما حدث ويخبره بأسرار أو وقائع جديدة.

(*) لاحظ المؤلفان وجود هذا النوع من خلال ملاحظة افتتاحيات المجلات العالمية: الفرنسية أو الأمريكية والإيطالية وكذلك المصرية التى تضم هذه الأنواع الثلاثة وإلى جانب النوع الرابع.

٢- الموضوع التحليلى أو التفسيرى Analytical:

يتميز بالعمق ويعالج قضايا ومشاكل وآراء مثيرة للجدل، ويحللها إلى جوانبها المختلفة.

٣- موضوع السيرة الذاتية، أو الخبرة الشخصية:

وكلها تتعلق بضمير المتكلم "أنا"، وتهدف إلى عرض خبرات الشخص، أو الكشف عن مكنونات نفسه، وعرض لتأملاته فى الحياة، وتقديم النصح أو الحكمة الناتجة من تجاربه، وكل ذلك مصدره أحداث متصلة فى حياة كاتبه وقد يسمى هذا النوع بالموضوع الذاتى أو الشخصى أيضاً.

٤- موضوع الخدمة Service:

وقد يسمى أيضا موضوع كيف تصنعها ?How to make it، أو اصنعها بنفسك ?Do it your self، وهدفه هو تقديم خدمة، أو تعليم شىء محدد، ومحاولة توجيه القارئ فى مجال معين: كيف يرشد استهلاكه، كيف يستعمل ورق الحائط؟، ولكى يكون مقنعا ينبغى أن يكون لكاتبه خبرة واسعة.

٥- الموضوع الجدلى أو المثير للمناقشة أو النزالى Getting into Argument:

ويتعرض لمناقشة قضية ما، أو يثير قضية، وقد يتعصب لوجهة نظر بالأدلة والحجج والبراهين، ويقدم الأدلة على ذلك، ويشجب الآراء المخالفة لها.

٦- الموضوع الوصفى Profile:

وهدفه رسم صور عقلية لأشخاص أو أماكن أو مواقف.

٧- موضوع المسح Survey:

ويتم فيه مسح شامل لنوع من النشاط، أو ظاهرة معينة، من جوانبها كلها فهو يقدم تقريرا شاملا عنها، ودراسة للوضع الراهن لظاهرة ما.

٨- الموضوع السردى Narrative:

ويأخذ هذا النوع بأسلوب السرد Narration حيث يصاغ فى قالب القصة

An episode، أو يروى الوقائع بشكل درامى حسب ترتيب وقوعها.

٩- الموضوع المحذر أو الكاشف Alarmer or Exposer:

وهو نوع يعتمد على وضع يد كاتبه على خطأ ما، أو جانب سلبى، فهو علامة تحذير أو عرض لموقف يتطلب العلاج أو الإصلاح، وهذا النوع يمارسه الكاتب بعد تمكنه من الأنواع الأخرى للمقال.

١٠- الموضوع الفكاهى Humor:

ويعتمد على استعمال الأسلوب الفكاهى أو الساخر، فى عرض موضوعه، وقد يخلق شخصيات رمزية يجسد من خلالها الأحداث، وقد يعود إلى التاريخ، وقد يستعمل اللهجة العامية، وهذا النوع لا يكتسب بالخبرة، بل إن روح الفكاهة موهبة لا تكتسب.

أسلوب تحرير الموضوع فى المجلة:

موضوع المجلة، لا يمكن أن يكتب - كما يشاع خطأ - نتيجة لانطباع، أو استلهام، أو خواطر شخصية، بل من خلال جمع دقيق ومنظم ومضنٍ لمعلومات موثوق بها، من مصادر علمية، تراجع بشكل جيد، ثم يكتب ويزود بالصور والرسوم.

ولكى ينجح محرر الموضوع فى المجلة عليه أولا أن يتعرف على الجمهور الأكثر قراءة للمجلة، وأن يكون لديه شىء يقال، أى مضمون فكرى ينقله إلى قارئه، أو اقتراح، أو رؤية جديدة لقضية قديمة، وأن يقول ذلك الشىء ببساطة، والأهم من ذلك، عليه أن يكون دقيقا.

وفى تحرير موضوع المجلة هناك أسلوبان:

الأول - أسلوب الهرم المقلوب:

ويبدأ هذا الأسلوب الموضوع، بعد كتابة العنوان، بأهم شىء فى الموضوع فى المقدمة The topic stated، بعدها فقرة انتقالية Transition تليها كلمات تعيد

Restatement of the theme بسرد الحوادث والشواهد والأمثلة والأدلة التى توضح الفكرة، وتأتى بعد ذلك الأمثلة الأقل أهمية ثم بعض الأدلة، وفى النهاية يقدم بعض الاستطرادات وأقل التفاصيل أهمية.

والثانى - أسلوب الهرم المعتدل:

وفيه يوضع دليل أو شاهد أو حادثة أو مثل فى المقدمة، أو أكثر من واحد أو واحدة منها فى فقرة المقدمة، تليها فقرة انتقالية تربط المقدمة بالموضوع، ثم تأتى مرحلة تطوير فكرة الموضوع وتوضيحها والتوسع فيها، بتقديم الأدلة أو الشواهد أو الحوادث الأهم، حتى نضع أهم فكرة، وأهم شيء فى الموضوع أو خلاصته فى النهاية.

أى أن الموضوع - أيًّا كان أسلوب تحريره – يضم :

عنوانا ، ومقدمة، وفقرة انتقالية تهدف إلى ربط المقدمة بباقى الموضوع، ثم تطوير الفكرة أو إعادة تقرير لما فيها، ثم عرض أدلة أو شواهد أو حوادث أو أمثلة للتدليل على الفكرة الأساسية، ثم تفاصيل أقل أهمية، وخلاصة أو أهم شىء فى الموضوع.

٣- التحقيق الصحفى Enquete

وبعد التحقيق من الأشكال الصحفية أو القوالب المهمة فى المجلة، ولكنه من أكثرها إثارة للجدل والخلاف حول تعريفه ومفهومه، لأن معظم الكتابات العربية فى التحرير الصحفى تخلط بينه وبين الموضوع Article، أو بينه وبين الموضوع الإخبارى الخفيف Feature المصاغ فى قالب إنسانى، أو موضوع المعالم.

فمروان الجابرى فى ترجمته العربية لكتاب "الصحافة اليوم"(*) لتوماس إليوت بيرى، يستعمل مصطلح "التحقيق الصحفى" كترجمة لكلمة Feature وتعنى الموضوع الإخبارى الخفيف المصاغ فى قالب إنسانى، أو مقال المعالم.

(*) Thomas Elliot Berry: Journalism Today.

والدكتور عبد اللطيف حمزة فى كتابه "المدخل فى فن التحرير الصحفى" يستعمل مصطلح تحقيق صحفى... فى مقابل ما تسميه هيلينا باترسون موضوع المعالم فى كتابها "كتابة موضوعات المعالم وبيعها"[(*)] ويحدد قوالب معينة لصياغة التحقيق الصحفى هى: قالب العرض Exposition، وقالب القصة (السرد) Narration وقالب الوصف Description، وقالب الحديث Interview وهى القوالب أو الأنماط نفسها التى تطلق على الموضوع فى المجلة وأجمع عليها معظم كتابه ودارسيه.

وعلى نفس نهج الدكتور عبد اللطيف حمزة فى تعريفه للتحقيق الصحفى سار كل من الدكتور إبراهيم إمام، والدكتور محمود فهمى، والدكتورة إجلال خليفة، والدكتور فاروق أبو زيد.

لكن أقرب التعريفات أو الرؤى أو المداخل لفهم التحقيق الصحفى، إلى مفهومه اللغوى أو الاصطلاحى عند المدرسة الفرنسية، والمدرسة الأمريكية فى التحرير الصحفى. وهو المعنى المقصود بالتحقيق الصحفى هو فى الحقيقة أكبر وأشمل وأوسع من المدلول اللغوى لهذه الكلمة، هو الذى يعرف التحقيق الصحفى بأنه: "استطلاع للوقائع والأحداث، ولجميع الأشخاص الذين لهم صلة بهذه الوقائع والأحداث، ثم الدراسة والتفسير للظروف والملابسات التى تحيط بها الوقائع والأحداث والعوامل المؤثرة فيها، والحكم عليها، وتقديم الحلول المناسبة للمشكلة أو الواقعة التى يتناولها التحقيق".

فمهمة المحقق الصحفى فى الحقيقة هى: "مهمة رجل الشرطة" فى استطلاع الحادثة، وأسبابها ثم مهمة "وكيل النيابة" فى تحقيق هذه الحادث والبحث عن دوافعها وأسبابها ثم مهمة الدفاع والاتهام معا فى تكييف هذه الدوافع والأسباب من الناحية القانونية، أى مصلحة المجتمع التى يعمل لها الصحفى، وأخيرًا هى مهمة "القاضى" فى الحكم وتقديم الأسباب المبررة لهذا الحكم، ويزيد

(*) Helina Peterson: Writing and Selling Feature Article.

وكلمة تحقيق صحفى تعنى باللغة الفرنسية Enque'te، وهى اصطلاح استعير من لغة القضاء وله معان ثلاثة:

المعنى الأول (معنى قديم): سلسلة من الأحاديث الصحفية مركبة داخل الموضوع نفسه أو مجموعة من الموضوعات.

المعنى الثانى: موضوع أو سلسلة من الموضوعات الإعلامية تتناول موضوعات سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أجريت تتضمن توثيقًا مكتوبًا ورؤية أطرافه أنفسهم من أجل الوصول إلى نتيجة مقنعة.

المعنى الثالث: دراسة مشكلة اجتماعية بواسطة استبيان أو استبار يتم عن طريق أخذ عينة مناسبة من الجمهور.

ومقابل كلمة Enque'te الفرنسية، كلمة Investigation, Inquiry باللغة الإنجليزية.

ولكلمة Inquiry معنيان:

المعنى الأول: طلب معلومات.

المعنى الثانى: تحرى منظم أو استطلاع لموضوع ذى اهتمام عام.

وكلمة investigation تعنى التحرى، أو البحث أو الدراسة العميقة، المعتنى بإجرائها، والدقيقة لموضوع ما.

أى أن التحقيق الصحفى اذن هو "التحرى والبحث والاستقصاء فى واقعة، أو حادثة، أو قضية، ومعرفة الأسباب والدوافع حولها، والاستماع إلى كل الآراء فى هذه الواقعة أو الحادثة أو القضية محور التحقيق، وقد يصل المحقق إلى إصدار حكم فى النهاية، وقد يكتفى بعرض جوانب الواقعة... أو الحادثة أو القضية فقط".

ولأن وظيفة التحقيق الصحفى قد تتداخل مع وظيفة الخبر، أو الموضوع، أو الحديث وغيرها من الأشكال الصحفية، نجده يوظف أو يشمل عددا من الأشكال الصحفية داخله الحديث مثلا، أو الخبر الجديد، أو التفسير، ويعتمد كذلك على الصور والرسوم.

والتحقيق الصحفى فى المجلة يمكن تصنيفه إلى نوعين رئيسين هما:

- **التحقيق الصحفى الطويل المفصل**: الذى يعتمد على الكلمة والمواد المصورة إلى جانبها كعامل معضد أو مساعد، أى أن الكلمة هنا الأساس وبعدها: المواد المصورة.
- **التحقيق الصحفى المصور**(*): الذى يعتمد فى عرض موضوعه على المواد المصورة خاصة الصور الفوتوغرافية، والكلمة (أو المتن) بعد ذلك كعامل معضد أو مساعد، أى أن الصورة هنا هى الأساس، وبعدها الكلمة.

وقد أصبح التحقيق الصحفى سمة من سمات الصحافة الحديثة، وتخصصت بعض المجلات العالمية الكبرى فى هذا الشكل الصحفى بنوعيه - خاصة التحقيق الصحفى المصور - مثل مجلات: Life، و Time، و Stern، و Paris Match و Jours de France، و World Scala، وEpoca، وLook، حيث يتم توظيف الصورة بشكل جيد، وقد صدر بين سنتى ١٩٣٦ و١٩٥٠ نحو ٢٥١ مجلة عالمية، خاصة فى ألمانيا الغربية حيث صدر فى مدينة هامبورج وغيرها عدد كبير من المجلات الشعبية المصورة ، ارتفع توزيع هذه المجلات من ٨٣,٢٣٥,٠٠٠ نسخة سنة ١٩٣٩ إلى ١٥٠,٦٢٨,٠٠٠ نسخة سنة ١٩٥٠ بفضل التحقيق الصحفى، وقفزت به خطوات إلى الأمام، وفى سنة ١٩٧٩ بلغ توزيع مجلة Stern الأسبوعية المصورة التى تعتمد على الإثارة حيث بلغ

(*) يطلق عليه فى مجلاتنا المصرية، وفى الصحف العربية، "الريبورتاج المصور"، أو "الاستطلاع المصور".

ويزيد توزيع مجلة داى بونت Die Bunte ومجلة تينا Tina النسائية، ومجلة بريجيت Brigitte النسائية، ومجلة داس نويبه بلات Das Neue Blatt، ومجلة نويبه ريفيو Neue Revue، ومجلة كويك Quick، ومجلة فراوايم شبيجل Frauim Spiegel النسائية، على المليون نسخة أسبوعيا، وكل هذه المجلات المصورة تصدر فى هامبورج وتوزع فى ألمانيا.

ولكن هذه المجلات بدأت منذ نهاية خمسينيات القرن العشرين تضعف أمام منافسة التليفزيون الملون، والسينما، ولكنها عادت فى نهاية سبعينيات وثمانينيات القرن العشرين تسترد مكانتها وتصمد.

٤- الخبر الصحفى New Story

يمكن القول إن الخبر الصحفى فى المجلة هو: " تقرير عن حدث يهم أكبر عدد من القراء من وجهة نظر جهاز المجلة التحريرى، وقد ينشر للمرة الأولى، أو ينشر ثانية - بعد نشره فى الصحف الأخرى طوال الأسبوع - بعد إضافة الجديد فيه، أو تفسيره وإعطائه خلفيات جديدة، أو إبداء الرأى فيه (تلوينه)، وقد يكون موضوعيا، أو متحيزًا ".

ويتخذ الخبر فى المجلة أكثر من شكل تتراوح ما بين الأخبار القصيرة السريعة Spot News، والأخبار المفصلة الموسعة Spread News، وقد ينشر داخل الأبواب الإخبارية العامة للمجلة، أو أبوابها المتخصصة، بدون عنوان، وقد يكون مستقلا وله عنوانه، وهو شكل صحفى مهم فى المجلة العامة، ورئيسى فى المجلة الإخبارية.

وقبل الحديث عن أشكال الخبر فى المجلة، لا بد من التعرض للعوامل التى أثرت فى نموه وتطوره حتى وصل إلى هذه الأشكال، وهى أربعة عوامل :

أولا : التطور التكنولوجى فى أساليب جمع الأخبار ونشرها سواء عن طريق الكلمة المكتوبة أو المسموعة أو المذاعة :

فحتى عشرينيات القرن العشرين، كانت الجريدة هى المصدر الأول للإعلام أو الأخبار، "وتجىء الإذاعة المسموعة لتنتزع من الجريدة احتكارها هذا، وبعد عشرين عاما تظهر الإذاعة المرئية أو اللص الثالث للأخبار على حد تعبير والترفوكس"، والذى استطاع - فى الولايات المتحدة الأمريكية - أن يغزو كل البيوت، ويصبح الوسيلة الإخبارية الأولى: بالكلمة والصورة.

وأثر هذا التطور التكنولوجى فى ناحيتين؛ الأولى: هى اختفاء المجلات العامة التى تعتمد على الكلمة، وكثير من الجرائد الإخبارية، وازدهار المجلة المصورة، حتى ظهر التليفزيون الملون، فاستولى على الإعلانات، وبدأت المأساة واضحة كما يرويها ترومان كابوت فى كتابه "In cold blood" "فى الدم البارد"، وحدثت تطورات فى تحرير الخبر، كأن يذكر الشخص محور الخبر باسمه الحقيقى، أو تستعمل الحروف الأولى من اسمه الحقيقى، أو يستبدل باسم شخص، أو يروى الخبر على لسان شخص آخر.

ثانياً: انغماس المحرر نفسه فى الحدث الإخبارى، عن طريق التنكر، وانتحال أسماء وشخصيات وهمية من أجل الوصول إلى الحقيقة وعرضها على القراء.

ثالثاً: ظهور " التقرير الإخبارى الذى يشبع" والذى لا بد وأن يتسم بالموضوعية، وهو نقيض الانطباعات الذاتية، فالصحفى الجديد الحقيقى لا يسمح لنفسه بأن يضع جملا من نسج خياله على لسان شخصية حقيقية، أو أن يصف مشهدا لم يحضره، إلا بعد أن يكون قد جمع تفاصيل عديدة عن سياق الحدث، وبعد أن يكون قد درس عن قرب شخصية أبطالها وشعر بأنه قادر على أن يفكر وأن يتكلم مثلهم.

رابعاً: تخصيص صفحات كاملة للصور الفوتوغرافية خاصة الصور الخبرية منها، وكذلك الرسوم اليدوية التعبيرية والساخرة.

تطور أساليب تحرير الخبر:

كان هدف المحرر الصحفى فى الماضى هو أن يعطى الحقائق فقط، أى قصصا خبرية موضوعية، خالية من الرأى الشخصى أو التحيز، وعلى أساسها نشأ ما يسمى بالتغطية الخبرية الموضوعية Objective News Reporting وفيها يعرض المخبر الصحفى الحقائق الأساسية والمعلومات المتعلقة بالموضوع، بدون تعميق أبعاد جديدة ، أو تقديم خلفيات، أو تدخل.

ونتيجة للعوامل السابقة نشأ - خاصة فى المجلات - نوع جديد هو التغطية الخبرية التفسيرية Interpretative News Reporting؛ وفيها يجمع المخبر الصحفى المعلومات المساعدة أو التفسيرية (إلى جانب الحقائق الأساسية) للقصص الخبرية، بهدف تفسير الخبر أو شرحه، بهدف خدمة القراء الذين ليس لديهم وقت للبحث، وفى الوقت نفسه يكون هذا المخبر منصفا.

وتعتمد الصحافة الحديثة، على التغطية التفسيرية لخدمة جمهورها، كبديل للتغطية الموضوعية أو الحقائق الموضوعية، التى قد تبعث على الاضطراب فى بعض الأحيان. كما نشأ نوع ثالث جديد هو التغطية المتحيزة Advocacy News Reporting ، وهى ليست بدعة أو شيئاً جديداً، فمعظم الجرائد والمجلات، ذات الاتجاهات السياسية أو الفكرية أو العرقية، عادة ما تكون لها مواقف محددة من بعض القضايا، قد تتعصب لها، أو تتحيز، ويظهر ذلك فى تحرير أخبارها.

والتغطية المتحيزة تحدث حينما يتم التركيز على جانب معين من الخبر، وتبرز فكرة فى عمود الأخبار بدلا من عمود الرأى، أى عرض خبر ما بعد أن يتم التركيز على بعض الحقائق، وحذف بعضها، أو الإضافة، أو التشويه، إنه عملية تشويه أو تلوين للخبر، وزاد استعمال هذا النوع بعد انتشار الجرائد السرية

أشكال الخبر فى المجلة:

يمكن حصر الأشكال التى يصاغ فيها الخبر الصحفى فى أى مجلة: عامة، أو إخبارية، أو متخصصة، فى أربعة أشكال هى:

١- الأخبار القصيرة أو السريعة، التى يقوم بتغطيتها محررو المجلة، وتشكل عنصرا إخباريا مهما، وسبقًا لها دون وسائل الإعلام الأخرى. وتعطى للمجلة قيمة إعلامية وتجعلها مصدراً إخبارياً مهماً، ويسمى هذا النوع Spot News أو الأخبار السريعة، أو التغطية الإخبارية السريعة، ومن نماذجه الأبواب الخبرية فى المجلات العامة والمتخصصة والإخبارية.

٢- الأخبار التى سبق النشر عن بعض وقائعها فى وسائل الإعلام الأخرى، خلال الأسبوع المنصرم، ويعاد تحريرها فى شكل تقارير إخبارية News Reports، بعد البحث والتقصى وإضافة الخلفيات اللازمة، أى إنها عملية تنشيط للأخبار الراكدة Stale News (التى سبق نشرها)، وهذا الشكل هو هدف المجلة الإخبارية، والشكل الخبرى والصحفى الرئيسى الذى يعتمد عليه هذا النوع من المجلات، وكذلك المجلات العامة، وهو يقوم على إعادة النظر فيما مضى، والقيام بتغطية رأسية أو تغطية متعمقة (Vertical or in depth)، فى مقابل التغطية الأفقية Horizontal التى تقوم بها الجرائد اليومية والراديو والتليفزيون. أى إن المجلة تقوم هنا بدور الشارح والمفسر والمعمق للأخبار ولخلفياتها، ويسمى هذا النوع من الأخبار بالـ Spread News أو الأخبار الموسعة.

٣- الأخبار القصيرة والمتخصصة، التى تهم جماعة أو فئة معينة، أو طبقة، فى ميدان أو حقل للنشاط البشرى، كأخبار الفن، أو الأدب، أو الرياضة، أو الدين، وهى أخبار قصيرة سريعة، متخصصة، لا تجد لها مكانا فى

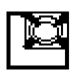
٤- الأخبار التى تروى ما حدث، أو ما وراء الكواليس Behind the scene، أو الآن يمكن القول How it can be told، وهى نوع من الأخبار التى يضاف إلى المجلة فى اللحظات الأخيرة، يظهر فى بعض الدوريات المتخصصة الجارية، الخاصة بالبورصة والمراهنات والبنوك، وغيرها... ويطبع على نوع من الورق مختلف عن باقى صفحات المجلة، ويتم عرضه بشكل إخراجى مختلف متميز عن باقى المجلة.

تحرير الخبر فى المجلة:

وتقترب كل مجلة من الأخبار، وتعالجها بالشكل الذى يناسب طبيعتها كمجلة عامة، أو متخصصة، أو إخبارية، ودورية صدورها: أسبوعية، أو نصف شهرية، أو غير ذلك، إنها لا تستطيع أن تسبق الجرائد اليومية، أو الإذاعة المسموعة أو المرئية، ولكنها تستطيع معالجة الأخبار بطريقة لا تستطيعها تلك الوسائل المنافسة التى تعتمد على التغطية اليومية.

وبالنسبة لصياغة الأخبار السريعة Spot News لا تختلف عن صياغتها فى الجرائد اليومية، عنوان ومقدمة وتفاصيل، أو عنوان وتفاصيل، بطريقة الهرم المقلوب، ولكن الأخبار الموسعة Spread News تتميز بوضع أهم شىء فى المقدمة.

أما الأخبار القصيرة المتخصصة فهى لا تختلف عن الأخبار التى تشبهها فى الجرائد الأخرى العامة والمتخصصة من حيث الصياغة. وأما النوع الرابع والأخير من أشكال الخبر فى المجلة فيصاغ فى شكل تقرير يلخص فى مقدمته أهم ما فيه، وتوضع التفاصيل مرتبة حسب توقيت حدوثها.



ملخص الوحدة التاسعة

تناولت هذه الوحدة تحرير المجلة كنوع من الكتابة غير الخيالية أو الواقعية Factual تمر بعدة مراحل (التفكير والتخطيط وجمع المادة، إعادة التفكير والمراجعة، الكتابة، التحرير، المراجعة النهائية للنص المحرر، إعادة التقويم).

وناقشت الوحدة بالتفصيل الأشكال أو القوالب الصحفية فى المجلة وهى الافتتاحية Editional وأنواعها، وكذلك الموضوع Article وأنواعه (الإعلامى التحليلى، السيرة الذاتية، الخدمة، الجدلى، الوصفى، المسح، السردى، الكاشف، الفكاهى) وأسلوب تحريره (الهرم المقلوب، الهرم المعتدل).

وتناولت الوحدة أيضا التحقيق الصحفى كشكل صحفى مهم فى المجلة موضحة لمفهومه أو تعريفه وأنواعه (التحقيق المفصل، التحقيق المصور).

وأخيرًا عرضت الوحدة للخبر الصحفى فى المجلة وأشكاله (الأخبار القصيرة السريعة، الأخبار المتخصصة، التقارير الإخبارية، أخبار ما وراء الكواليس، وأسلوب تحريره.

أسئلة على الوحدة التاسعة

[?]

س١ قارن بين المفاهيم التالية:

- الكتابة والتحرير كمرحلتين من مراحل تحرير المجلة.
- المقال الافتتاحى الشارح، والمقال الافتتاحى النزالى.
- الموضوع والتحقيق كشكلين صحفيين مهمين فى المجلة.
- التحقيق الصحفى المفصل، التحقيق الصحفى المصور.
- التغطية الإخبارية فى كل من الجريدة، المجلة.

س٢ وضح المقصود بما يلى:

- أخبار ما وراء الكواليس.
- الكتابة الواقعية Factual.
- الجمال أو السلاسة Smoothness فى أسلوب المجلة.
- الافتتاحية.
- الموضوع الفكاهى Humor.

س٣ اكتب تقارير حول الموضوعات التالية:

- سمات الأسلوب الصحفى الجيد فى المجلة.
- أنواع المقال الافتتاحى فى المجلة.
- الموضوع الصحفى وأهميته فى المجلة.
- مفهوم التحقيق الصحفى.
- أشكال الخبر فى المجلة.

أنشطة يقوم بها الدارس

١- اختر مجلة عامة تتابعها بانتظام وحلل (الأشكال الصحفية التى تستخدمها مقارنة بالأشكال الصحفية الشائع استخدامها فى عدة أعداد منها فى المجلات العامة، موضحا ملاحظاتك الإيجابية والسلبية على أسلوب تحرير هذه المجلة.

٢- قارن بين مجلة المصور، ومجلة نصف الدنيا من حيث الأشكال الصحفية المستخدمة فى كل منهما، وقدم بعض اقتراحاتك لتجويد أسلوب تحريرهما.

٣- اكتب مقالا افتتاحيا للنشر مرة فى جريدة يومية، ومرة أخرى في مجلة عامة.

مراجع للاستزادة حول الوحدة التاسعة

١- محمد كامل جمعة: *الأسلوب*، مكتبة القاهرة الحديثة، القاهرة، طبعة ثانية، ١٩٦١.

2- Gunther, Max : ***Writing the Modern Magazine Article,*** The Writer, Inc., Boston Publishers, 1968.

٣- رشدى صالح: كل ما يجب أن تعلمه عن المقال الصحفى، فى: جلال الدين الحمامصى "الصحيفة المثالية"، دار المعارف، القاهرة، ١٩٧٢.

4- Rivers, William. L.: ***Mass Media Reporting, Editing Writing,*** Stanford University, Universal Book Stall, U.S.A., 1975.

5- Mott, George Fox & Others***: "New Survey of Journalism"***, Barnes & Noble, Inc., U.S.A., Fourth Edition, 1965.

٦- إجلال خليفة: ***اتجاهات حديثة فى فن التحرير الصحفى*** ،جزء أول، بدون ناشر، دار الهنا للطباعة، القاهرة، طبعة أولى، ١٩٧٢.

7- Voyenne, Boraard: ***Gloseaire Destermes de Presse,*** Centre de Formation des Journalistes, Paris, 1967.

٨- إبراهيم إمام: دراسات فى الفن الصحفى، مكتبة الأنجلو، القاهرة، ١٩٧٢.

9- ***La Situation de la Presse en Rebulique Federale d'Allemagne Les Fiches du C.F.P.J***. Mo. 35 et 1979.

10- Rothsteis, Arnold: ***Photojournalism-Pictures for Magazines and Newspapers***, Amphohot, New York.

11- Fox, Rodrey & Krews, Robert: ***Creative News Photography***, mes, Iowa State, 1961 - New Kalien, Worman: Photographs how to appreciate, Criticize and Choose?

12- Baskette, Floyed K. & Sicssos, Jack Z.: ***The Art of editing***, Macmillan Company, New York, 1972.